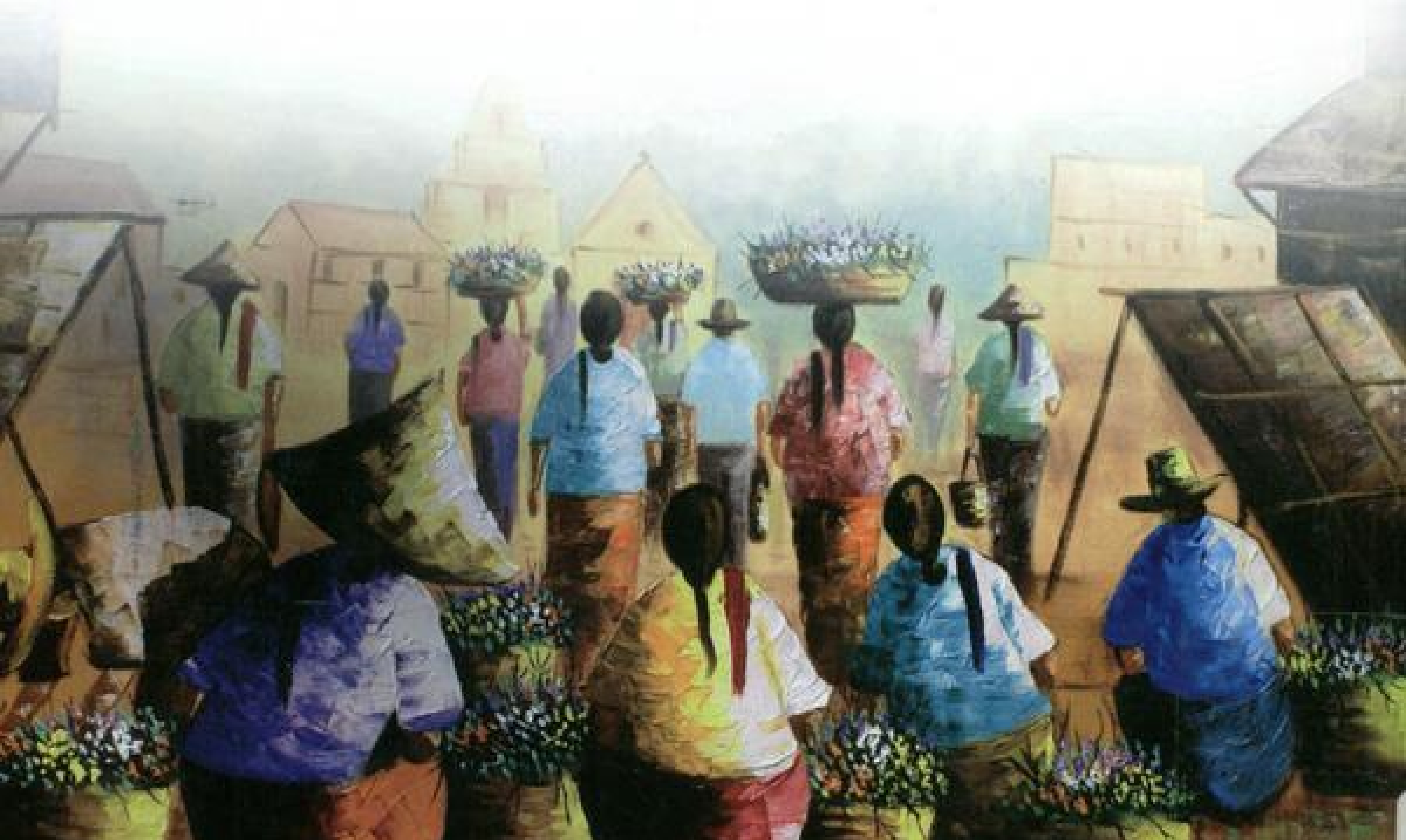
التواصل الاجتماعي

الأبعاد والمبادئ والمهارات



الأستاذ الدكتور
حلمي خضر ساري

كنوز المعرفة
www.darkonoz.com

التواصل الاجتماعي

الأبعاد والمبادئ والمهارات

التواصل الاجتماعي

الأبعاد والمبادئ والمهارات

الأستاذ الدكتور

حلمي خضر ساري

الطبعة الأولى

1435هـ - 2014م

المملكة الأردنية الهاشمية

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية: (2013/10/3556)

320.0

ساري، حلمي خضر

التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات/ حلمي خضر ساري.- عمان : دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2013

( ) ص.

ر.أ: (2013/9/3556)

الواصفات: /الاتصال/ / الاتصال الجماهيري/

أعدت دائرة المكتبة الوطنية بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى

ردمك: ISBN: 978-9957-74-312-3

حقوق النشر محفوظة

جميع الحقوق الملكية والفكرية محفوظة لدار كنوز المعرفة العلمية - عمان - الأردن، ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنفيذ الكتاب كاملا أو مجزءا أو تسجيله على أشرطة كاسيت أو إدخاله على كمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

دار كنوز المعرفة العلمية للنشر

الأردن- عمان- وسط البلد- مجمع الفحيص التجاري

تلفون: 4655877 6 962+ - فاكس: 4655875 6 962+

موبايل: 5525494 79 962+ - ص. ب 712577 عمان

الإيميل dar_konoz@yahoo.com

إخراج: جمال عبد القادر

00962 79 6717493

bareeqalmass_20@yahoo.com

bareeqalmass_20@hotmail.com

الإهداء

إلى حفيدتيّ

سلمى ومريانا...

عطر العمر عند أواخره

وبهجة القلب عند انكساره

فهما الروح.... إلا قليلا

المحتويات

مقدمة 13

الفصل الأول: التواصل الاجتماعي: رؤى متعددة لظاهرة واحدة

مقدمة 19

التواصل الاجتماعي: الرؤى والأبعاد 21

التواصل الاجتماعي: الحاجات والدوافع والوظائف 27

التواصل الاجتماعي: المكونات والمقومات 34

مقومات العملية الاتصالية 37

التواصل الاجتماعي: عملية ترميز للأفكار 45

التواصل الاجتماعي: المبادئ والخصائص 48

الاعتذارات: أنواعها وأشكالها 54

التواصل الاجتماعي: الحواجز والمعيقات 57

المراجع 65

الفصل الثاني

التواصل الاجتماعي: من الإشارات إلى الشبكات

مقدمة 69

التواصل الاجتماعي: الأنواع والمستويات 72

العلاقات الثنائية الحميمة: كيف تبنى وكيف تنهار 75

تدهور العلاقات الحميمة وانهيارها 78

نظريات تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية 85

التواصل عبر شبكة الإنترنت 98
مواقع التواصل الاجتماعي 103
المراجع 106

الفصل الثالث

التواصل الاجتماعي: المنظورات والنماذج

مقدمة 113
التواصل الاجتماعي من منظور الفعل المؤثر 114
التواصل الاجتماعي من المنظور التفاعلي 120
التواصل الاجتماعي من المنظور التبادلي 131
التحليل التبادلي عند إيرك بيرن. 136
حالات الشخصية عند إيرك بيرن. 137
اشكال التواصل التبادلي وحالاته 145
المنظور التبادلي: المهارات المتعلمة 154
المراجع 156

الفصل الرابع

التواصل اللغوي: أُسسهُ ومهاراته

مقدمة 159
أولاً: الاستماع للآخرين 160
ثانياً: التحدث مع الآخرين 178
ثالثاً: إقناع الآخرين 187
المراجع 200

الفصل الخامس

لغة الجسد: غزارة الإيماءات وفيض الدلالات

مقدمة 205

أهمية الجسد في التواصل الاجتماعي 206

وظائف الجسد في التواصل.. 207

خصائص التواصل من خلال الجسد.. 209

عناصر الاتصال من خلال الجسد.. 212

دلالات التواصل عبر الجسد.. 237

المراجع.. 250

الفصل السادس

الوعي بالذات والبوح للآخر

مقدمة 255

1- الوعي بالذات: ضرورة ذاتية واجتماعية 256

- الوعي بالذات: عملية ارتداد إلى الفضاءات الجوانية 257

- إطلالة على الذات من نافذة جوهاري 258

- كيف نكتشف ذاتنا العمياء 263

- كيف نكتشف الذات المقنعة عند الآخرين.. 265

2- البوح للآخر: تواصلٌ من نوع خاص 268

- نظريات البوح.. 270

- العوامل المؤثرة في عملية البوح 273

- ارشادات لتشجيع عملية البوح.. 278

- البوح: المخاطر والفوائد.. 279

المراجع.. 284

الفصل السابع

التقديم والعرض المؤثر

مقدمة 289

مبادئ التقديم المؤثر 290

مراحل التقديم المؤثر.. 293

أساليب التقديم المؤثر.. 303

التعامل مع المواقف الحرجة والمشاركين المزعجين 308

المراجع 311

الفصل الثامن

أساليب التواصل الاجتماعي

مقدمة 315

كيف يتواصل الناس؟.. 316

التواصل الحاسم: المفهوم والأهمية والخصائص........................ 324

مهارات التواصل الحاسم 326

أسلوب "العملية" في إدارة الخلافات 331

نموذج "ديسك" في إدارة الخلافات 334

المراجع.. 336

الفصل التاسع

التفاوض عملية تواصل اجتماعي

مقدمة.. 339

مفهوم القوة في التفاوض 340

مقومات عملية التفاوض 345

شروط التفاوض 349
النتائج المحتملة لعملية التفاوض 350
مراحل عملية التفاوض 353
استراتيجيات التفاوض.................................. 355
أنواع التفاوض.. 356
البعد النفسي في عملية التفاوض 361
تكتيكات التفاوض وطرق التعامل معها 365
المراجع... 374

الفصل العاشر

الذكاء العاطفي: غيث القلوب واحتضان المشاعر

مقدمة.. 377
الذكاء العاطفي: التعريف والقدرات.......................... 379
مجالات الذكاء العاطفي.................................. 383
إدارة العواطف 390
الأسلوب التحليلي في إدارة العواطف 392
إدارة الاعتقادات.. 397
النضج العاطفي: أعراضه وخصائصه، وسبل تنميته 408
المراجع... 414

مقدمة

ما أقدمتُ على كتابة هذا الكتاب إلا بعد النظر في مسوغات كثيرة كافية، وأول هذه المسوغات، هو إشباع الحاجة لدى القارئ العربي، في مراحله العمرية المختلفة، وأوضاعه الاجتماعية، والمهنية، والتعليمية المتباينة، إلى اكتساب مبادئ التواصل الاجتماعي، ومهاراته الأساسية في تمتين علاقاته مع الآخرين. وقد خصصنا لهذه المهمة عشرة فصول، حتى نستطيع أن نلم بها كلها؛ حيث اهتم كل فصل من هذه الفصول بمهارات محددة من هذه العملية الاجتماعية التي تعد بحق"أوكسجين الحياة الاجتماعية".

فقد تم تخصيص فصل يعنى بالمهارات الأساسية التي ترتكز عليها عملية التواصل الاجتماعي، بمجالاتها المختلفة، وأعني به الفصل الخاص بمهارات التحدث مع الآخرين، ومهارات الاستماع أوالإنصات إليهم، والمهارات المتعلقة بعملية إقناعهم.

وتم تخصيص فصل آخر يهتم بالأساليب التي ينتهجها الأفراد في تواصلهم اليومي، وبخاصة بأسلوب الحسم، باعتباره أسلوبا لا غنى لنا عن تعلم مهاراته واكتسابها، لمن يريد أن يتواصل بنجاح، واقتدار، مع الآخرين. ففي هذا الفصل تم التمييز بين أسلوب الحسم في التواصل مع الآخرين، وبين أساليب أخرى، مثل: الأسلوب العدواني، والأسلوب الملتوي والأسلوب العقلي، والأسلوب غير الحاسم؛ وشدد الفصل على أهمية الأسلوب الحاسم؛ لأنه الأكثر قدرة على بناء العلاقات الودية بين الناس.

ومن المبادئ والمهارات الأخرى التي اشتملت عليها فصول هذا العمل أيضا، تلك المتعلقة بعملية التفاوض الاجتماعي بعدّه عملية تواصل اجتماعي ونفسي وثقافي يقوم بها الفرد يوميا مع الآخرين، في مختلف مجالات الحياة. ففي هذا الفصل، تم

التركيز على مبدأ في غاية الأهمية تتطلبه عملية التفاوض، وهو مبدأ التعاون؛ إذ بينا أن التفاوض، هوعملية تعاونية يجب أن يربح فيها كلا الطرفين المتفاوضين، أي لا يكون فيها ربح أحد الأطراف على حساب الآخر.

ويتطلب التواصل الاجتماعي مهارات أخرى من نوع خاص، حتى تتمكن من تقوية علاقاتنا الاجتماعية بالآخرين، والعمل على تمتينها. لذا، أفردنا لهذه المهارات فصلا خاصا، هو الفصل المتعلق بالذكاء العاطفي. بعدّه غيثاً لقلوب البشر، واحتضانا لمشاعرهم. ففي هذا الفصل، تم التركيز على أهم المهارات التي تعمل على توطيد علاقاتنا بالآخرين، كمهارات الوعي بالذات، والتعاطف، وإدارة المشاعر السلبية. وقد أكدنا في هذا الفصل بأن تعلم مثل هذه المهارات ضرورة شخصية واجتماعية، إذا ما أراد الإنسان أن يعيش بسلام روحي، وصفاء ذهني، وبودٍ وانسجام مع الآخرين.

وهناك فصل آخر تعد المهارات والمباديء التي اشتمل عليها، ضرورة لا بد من تعلمها واكتسابها، لمن يريد أن يوطد علاقاته بالآخرين، خصصناه لتعلم مهارات الوعي بالذات، والبوح للآخرين؛ إذ تعد عملية البوح، أو الإفصاح عن مكنونات صدورنا، أمراً في غاية الأهمية في عملية التواصل الاجتماعي. فقد حاول هذا الفصل أن يبين مزايا هذه العملية، ومخاطرها، بالنسبة للفرد، أي متى يبوح للآخرين، ومتى يجب أن يحجم عن فعل ذلك..

وهناك فصول أخرى في هذا العمل، كل فصل منها يضيف بعدا مهما من أبعاد عملية التواصل الاجتماعي، والمهارات التي تتطلبها هذه العملية، كالمهارات المتعلقة بالإعداد، والتقديم، والمهارات المتعلقة بفهم دلالات الإشارات، والإيماءات التي تصدر عن أجسادنا، حين نتواصل مع الآخرين، أي مهارات التواصل عبر أجسادنا، وبخاصة دلالات الوجه، والعينين، والمصافحة.

وأما الفصول الأخرى المتبقية في هذا العمل، فهي فصول اهتم فصل منها بتحديد المعاني المختلفة لعملية التواصل الاجتماعي، ومقوماته، ومبادئه، ومرتكزاته، ومعيقاته، واهتم فصل آخر بمستويات عملية التواصل، والتطور التاريخي لهذه العملية، وذلك بدءاً من أقدم هذه الأساليب، وانتهاء بأحدثها. وهناك فصل آخر خصصناه للمنظورات المختلفة لعملية التواصل الاجتماعي، ونماذجها المختلفة، مع التركيز على المنظور التبادلي لهذه العملية الاجتماعية.

وأما المسوغ الثاني للقيام بهذا العمل، فهو مسوغ ذاتي شخصي؛ إذ وجدت أن قدراً كبيراً من محتويات هذا العمل، متاحة للقارئ العربي على شبكة الإنترنت، دون أي ذكر، أو تلميح، أو إشارة، لمؤلفه. ولقد دفعني هذا الأمر أن أقوم بجمع ما لدي من محتويات هذا العمل، الذي جزء كبير منه في الأصل مادة تدريبية قمت بتنفيذها في دول عربية عديدة. وقد جمعت المادة، ووضعتها في هذا العمل الذي بين يدي القارئ، وذلك بعد أن تمت بتحديثها وتطويرها وإضافة بعض الفصول إليها؛ لتصبح مادة علمية يمكن الاستفادة منها في مجالات عديدة، وبخاصة المجال الجامعي؛ إذ هناك حاجة ماسة لدى طلبة الجامعات، لتعلم مهارات التواصل الاجتماعي، في مجالاته المختلفة. لذا، امتدت فصول هذا العمل لتغطي مجالات التواصل الاجتماعي جميعا التي يحتاجها الناس والطلبة على حد سواء.

وأما فيما يتعلق بعنوان الكتاب، فأود أن أؤكد هنا أنني آثرتُ أن أستخدم كلمة "تواصل اجتماعي" بدلا من كلمة "اتصال" اجتماعي، ذلك أنّ التواصل الاجتماعي يشير إلى ديمومة التفاعل بين الأفراد، وإلى رغبتهم في الانفتاح على بعضهم في علاقة طويلة الأمد. كما أنها تدل على رغبتهم في استمرار هذه العلاقة، وإطالة عمرها، وأمدها. والتواصل بهذا المعنى هو الذي يعمل على تمتين العلاقات الاجتماعية،

ويشبع للإنسان إنسانيته وأجتماعيته". صحيح أن الاتصال عملية أوسع وأشمل من عملية التواصل، بعدّها عملية طبيعته وتلقائية نقوم بها كل يوم، غير إنها لا تفضي بالضرورة إلى تمتين علاقاتنا بالآخرين كما تفعل عملية التواصل.

إن تمتين العلاقات الاجتماعية بين الناس تتطلب، في الحقيقة، سعياً حثيثاً لتطوير علاقاتنا بالآخرين. فالتواصل وحده هو الذي يعمل على نماء هذه العلاقات وتقويتها وتمتينها وليس الاتصال. ومع ذلك فإنه يجب ألاّ يفهم من هذا بأن هناك قطيعة بين المفهومين. على العكس من ذلك تماما. إنهما مفهومان متداخلان، ولهذا تم استخدامهما في مواضع مختلفة وكثيرة في هذا العمل باعتبارهما مفهوماً واحداً.

وأود أن أشكر مركز الخبراء العرب في الهندسة والإدارة "تيم" الذي بدأت معه عملية التدريب في أواخر الثمانينيات، وبشكل خاص الدكتورة مقبولة حمودة، مديرة مركز الخبراء العرب في الأردن، على ما وفروه لي من فرص للتدريب في أماكن مختلفة من المجتمع العربي، وعلى مساعدتهم في توفير المادة التدريبية التي أفدت منها كثيرا في هذا العمل..

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر، والامتنان للدكتور عبد الرحيم الجلاد، مدير مركز "المتميزون" في التدريب، الذي أتاح لي فرصة التدريب أيضاً في الإمارات العربية المتحدة في مجالات مختلفة، وفي مؤسسات عديده. وأتقدم بالشكر الجزيل أيضاً للزميل علي صافي من فلسطين، مدير مركز "جنرال للاستشارات والتدريب" على إتاحته لي فرصة تدريب قطاعات واسعة من المتدربين في المؤسسات الفلسطينية المختلفة.

ونأمل أن يجد قارئ هذا العمل ما يفيده في تعميق علاقاته الاجتماعية مع الآخرين وتمتينها.

عمان- الأردن

أيلول- 2013

الفصل الأول

التواصل الاجتماعي: رؤى متعددة لظاهرة واحدة

الفصل الأول

التواصل الاجتماعي: رؤى متعددة لظاهرة واحدة

مقدمة

التواصل الاجتماعي: الرؤى والأبعاد

التواصل الاجتماعي: الحاجات والدوافع والوظائف

التواصل الاجتماعي: المكونات والمقومات

مقومات العملية الاتصالية

التواصل الاجتماعي: عملية ترميز للأفكار

التواصل الاجتماعي: المبادئ والخصائص

الاعتذارات: أنواعها وأشكالها

التواصل الاجتماعي: الحواجز والمعيقات

المراجع

الفصل الأول

التواصل الاجتماعي: رؤى متعددة لظاهرة واحدة

"في البدء كان اللقاء، فأنت بجانبي، ولهذا السبب أريد أن أنتزع عينيك وأضعهما مكان عينيّ، وأنت تنتزع عينيّ وتضعهما مكان عينيك، وهكذا تراني بعينيك"

مورينو

مقدمة

لم يكن يقصد أرسطو من قوله بأن الإنسان اجتماعي بطبعه سوى التأكيد على أهمية البعد الاتصالي في حياة البشر. فالاتصال أقدم وجوه النشاط الاجتماعي للإنسان على الأرض؛ إذ كيف يستطيع الإنسان العيش دون الآخرين؟ وهل يمكن أن تتكون الحياة الاجتماعية بكل عناصرها الاقتصادية والسياسية، وتنمو وتتطور وتزدهر دون هذا النشاط المتدفق من التواصل مع الآخر؟ إن حاجات الإنسان العديدة والمختلفة لا يمكن إشباعها أو تحقيقها إلا بتواصل الإنسان مع الآخرين.

إنّ الحياة برمتها تقوم على الاتصال، وتستحيل دونه؛ إنه ظاهرة اجتماعية ملازمة للوجود البشري منذ البدايات الأولى لهذا الوجود؛ حيث يصعب علينا تصور ظهور أي مجتمع إنساني عبر التاريخ دون وجود اتصال بين أفراده يُسهّل عليهم استمرارية بقائهم وتطوّرهم وتقدّمهم، والتأسيس لحياة اجتماعية قائمة على التعاون والمشاركة بينهم. وبهذا المعنى يكون التواصل الاجتماعي "مخّ المجتمع" على حد تعبير عالم الاجتماع (دوركايم)، وعصب الحياة وأوكسجينها الاجتماعي: به تستمر وبه تتقدم، ودونه تنعدم وتفنى.

والاتصال بهذا المعنى ضرورة حتمية لا يستغني عنه فرد ولا جماعة، ولا أي تجمُّع من تجمعات البشر مهما كبر حجمه أو صغر، إنه ليس ظاهرة اكتشفها الإنسان أو اخترعها قبل عشرات أو مئات أو الآف السنوات، بل هو ظاهرة ملازمة للوجود الإنساني، ولولاه لما تشكلت الحياة الاجتماعية بكل أبعادها بدءا بالزواج والأسرة، ومرورا بأشكال العلاقات الأخرى بين الجماعات الاجتماعية، وانتهاء بالحضارة الإنسانية برمتها.

وتؤكد الدراسات الاجتماعية أن نجاح الفرد في حياته الشخصية والعملية واستمرار وجوده بالمعنى الاجتماعي إنما يتوقف على مدى استخدامه لمهارات التواصل الاجتماعي الأساسية. وتؤكد الدراسات أيضا بأن بقاء العلاقات الاجتماعية وتعميقها وتمتينها وترابطها مرهون باستمرار التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع؛ فهو بمثابة المادة اللاصقة التي تعمل على تماسك أجزاء المجتمع وتكاملها واندماجها وتلاحمها، ودونه يتحول المجتمع إلى مجرد أفراد متناثرين هنا وهناك.

والاتصال الذي نشير إليه هنا إنما نقصد به العملية الاجتماعية الخاصة التي تجعل التفاعل بين الأفراد والجماعات الإنسانية وكذلك المجتمعات أمرا ممكنا ويسيرا. ونستطيع أن نلمس أهمية الاتصال في أنواع العلاقات البشرية والتجمعات الإنسانية كلّها. فأهميته لا تقتصر على الفرد في علاقاته مع الآخرين فحسب ولكنها تشمل أيضا الجماعات الاجتماعية في علاقاتها بالجماعات الأخرى داخل المجتمع وخارجه. فعن طريق الاتصال تتعارف هذه الجماعات، وتتعاون وتتشابك مصالحها، وتتداخل وتكون بينها علاقات اجتماعية، وثقافية، وسياسية، واقتصادية، ودبلوماسية. وبالاتصال أيضا تستطيع هذه الجماعات أن تحافظ على وجودها، وأن تبني حضارة خاصة بها؛ بحيث يمكن القول: إنَّ الاتصال هو أساس الحضارة والثقافة الإنسانية، ولولاه لما وصلت الحضارة الإنسانية إلى ما هي عليه. وما الثقافة التي أوجدها الإنسان من خلال تفاعله مع الآخرين، في جوهرها، إلا لحظة ما بعد الطبيعة؛ حيث بدأ فيها

الإنسان صانع التاريخ في الانتقال إلى بناء النظام الاجتماعي من قلب النظام الطبيعي[1].

التواصل الاجتماعي: الرؤى والأبعاد

تتعدد نظرات الباحثين ورؤاهم إلى مفهوم الاتصال بتعدد نظرة كل علم من العلوم الاجتماعية والإنسانية ورؤيته له. ولا بأس بهذا التعدد، لما فيه من غنى وثراء لهذه العملية الإنسانية الحيوية؛ حيث نجد بأن كل نظرة إلى عملية التواصل الاجتماعي تحمل الجديد الذي تضيفه إلى هذه العملية التي هي بحق المحور الأساسي والجوهر الحقيقي لنشاطات الإنسان الاجتماعية المختلفة.

خذ، على سبيل المثال، رؤية علماء الاجتماع لعملية التواصل ومفهومهم له. كيف ينظر هؤلاء العلماء إلى هذه العملية؟. إنها نظرة تختلف في منظورها ودلالاتها وأبعادها عن نظرة زملائهم من علماء النفس ومنظورهم. ولكنها غير متناقضة معها. نظرة تركز على بعدٍ محدد للتواصل بعدّه نسقاً أو نظاماً اجتماعياً ضرورياً لقيام أي مجتمع من المجتمعات. كما ينظرون إليه أيضاً بوصفه عملية اجتماعية معقدة تتكون من عوامل اجتماعية وثقافية وسياسية واقتصادية تحدد مسيرها وتؤثر في تحقيقها لأهدافها.

وأمّا نظرة علم النفس إلى التواصل الاجتماعي فهي نظرة غير متناقضة مع النظرة السابقة، بل مكملة لها كما أشرنا، نظرة تأخذ بعين الاعتبارالأبعاد النفسية والشخصية المؤثرة في العملية الاتصالية، تلك الأبعاد التي لم يعطها علماء الاجتماع الأهمية التي تستحقها؛ إذ يؤكد علماء النفس على ضرورة فهم طبيعة تكوين لفرد النفسي بكل ما فيه من خبرات شخصية، وإدراكات وتصورات واتجاهات وحاجات وقيم تدفع الفرد ليسلك سلوكا مختلفا عن سلوكات الآخرين. وكذلك تختلف رؤية علماء اللغة لعملية التواصل الاجتماعي. صحيح أنهم يهتمون باللغة التي يستخدمها الأفراد فيما بينهم لتوصيل مقاصدهم للآخرين، غير إنهم يهتمون بما وراء تلك اللغة

(Paralanguage)، وما تحمله من دلالات ومعاني مستترة أكثر من مجرد اهتمامهم باللغة نفسه.

وهكذا تتعدد رؤى الباحثين في التواصل الاجتماعي وتختلف باختلاف تخصصات هؤلاء العلماء واهتماماتهم والمدارس الفكرية التي ينتمون إليها، ومع ذلك فهي رؤى غير متناقضة أو مختلفة. وسنقوم بتوضيح هذه الرؤى من خلال تعريفات يقدمها الباحثون الاجتماعيون والنفسيون لهذه العملية الحيوية.

البعد التفاعلي:

يجدر بنا أن نشير هنا إلى أن كلمة اتصال في اللغة العربية، وكذلك اللغة اللاتينية (Communication) مشتقة من فعل متقارب في المعنى إلى حد كبير؛ إذ يشير هذا الفعل إلى معنى الاشتراك والشيوع والانتشار. وهو معنى مقبول في فهم العملية الاتصالية التي تدور بين الناس غير أنه غير كاف في فهم تعقيداتها والأبعاد المختلفة التي تحيط بها. لذا كان لا بد من أن تتأثر معاني الاتصال ومفاهيمه بأبعاد أخرى لهذه العملية.

فالاتصال ليس مجرد عملية نقل معلومات من شخص إلى آخر بشكل خطي كما قد يشير الاشتقاق اللغوى، سواء باللغة العربية أو اللاتينية. فمثل ذلك المفهوم لهذه العملية الحيوية يغفل مقوما مهمًا، ويعداً جوهريا من مقومات العملية الاتصالية وأبعادها، وهو البعد المتعلق بالتفاعل والتبادل بين الأطراف المتواصلة. ولأن العملية الاتصالية بمفهومها الواسع ليست مجرد عملية نقل للمعاني والأفكار من شخص إلى آخر وشيوعها وانتشارها بينهم، وإن كان المعنى الآلي أو الميكانيكي لها يعني ذلك بالفعل، بل هي عملية أكثر تعقيداً وتشابكاً وتداخلاً وديناميكية. لذا، حاول الباحثون في علم الاتصال الإنساني تقديم تعريفات جديدة تأخذ أبعاداً جديدة في فهم طبيعة الاتصال وبخاصة البعد الذي يعطي للتفاعل بين أطراف العملية الاتصالية أهمية خاصة[2].

ويعدُّ علماء النفس الاجتماعي، وبخاصة علماء مدرسة التفاعلية الرمزية الـذين يهتمون بعملية التفاعل والتواصـل الاجتمـاعي، أكثـر البـاحثين الـذين ركـزوا علـى ضرورة النظر إليه من هذا البعد التفاعلي وشددوا على ضـرورة فهمـه بهـذا المعنـى. وعليه، فإننا نجد أنّ عملية الاتصال من المنظـور التفـاعلي تركـز بشـكل رئـيس علـى مفهوم التبادل والحوار والاستجابة بين أطراف هذه العملية.

وهكـذا نجـد أن علمـاء الـنفس الاجتمـاعي الـذين تعنـيهم عمليـة التفاعـل الاجتماعي أكثر من غيرهم، هم الذين أخرجوا العملية الاتصالية من بعدها الأحادي الخطي القائم على النقل إلى البعد الدائري القائم على التفاعل، ذلك البعد الذي يحيل الاتصال إلى عملية تواصلية حيوية، أي أنها تحيل الاتصال إلى عملية أوسع في دلالاتها ومعانيها وأبعادها النفسية والاجتماعية ألا وهي عملية التواصـل الاجتمـاعي. وهـذا البعد في الاتصال، هو الذي جعلنا نؤثر استخدام مصطلح "تواصل اجتماعي" بدلا عن "اتصال اجتماعي"، كما أوضحنا في مقدمة هذا العمل.

البعد الاجتماعي:

يركز أصحاب هذا البعد على التفاعـل، شـأنهم في ذلـك شـأن علمـاء الـنفس الاجتماعي. ولكنهم يولون السياق الاجتماعي أو المناخ الاتصالي أو البيئة الاتصـالية التي تتم فيها هذه العملية أهمية أكثر مما فعل زملاؤهم من المدرسـة التفاعليـة؛ حيـث يصعب، برأيهم، فهم أسباب نجاح الاتصال بـين الأفـراد أو فشـله دون فهـم واضـح وتحديد دقيق للسياق الاتصالي أو البيئة الاجتماعية والمادية أو المناخ الاتصـالي الـذي يسود بين أطراف تلك العملية أثناء تفاعلهم مع بعضهم بعضا.

ولكن ماذا يعني أصحاب هذه الرؤية للاتصال بالسـياق الاجتمـاعي أو المحـيط الاتصالي؟ إنهم يعنون بأن الاتصال عملية متدفقة ومستمرة ومـتغيرة في حركتهـا مـن خلال علاقات تفاعلية بين أطرافهـا ضـمن سـياقات اجتماعيـة أو مناخـات اتصـالية محددة. ويشمل السياق الاتصالي أو البيئة الاتصالية، كما يرون ثلاثة أبعاد مهمة تقـرر

محتوى العملية الاتصالية التي تدور بين الأطراف المتواصلة مع بعضها بعضا إلى حد كبير، وهي: البعد النفسي والاجتماعي والثقافي للأطراف المتواصلة مع بعضها بعضا، والبعد المادي الذي يجمعهم، ثم البعد المتعلق بتوقيت تواصلهم على المستوى الزماني.

ففيما يتعلق بالبعد الأول للمحيط الاتصالي فيعني عندهم تلك القيم والإعتقادات والاتجاهات والعادات المتعارف عليها في ثقافة ما من الثقافات التي توجه السلوك الاتصالي للأفراد وتوجهه وتتحكم فيه، فضلا عن الأدوار المتوقع أن يسلكها كل فرد منهم في المواقف الاتصالية المختلفة والمتعارف عليها في تلك الثقافة. إن فهم البعد الثقافي والاجتماعي والنفسي للأفراد المتواصلين مع بعضهم بعضا،هو أمر في غاية الأهمية، كما يرون، في فهم ما يتمخض عنه الاتصال الدائر بينهم. انظر مثلاً كيف يتفاعل أبناء القطاعات الاجتماعية المختلفة (المديني والريفي والبدوي) مع بعضهم بعضا، وانظر كذلك كيف يتفاعل شاب عربي مع شاب من المجتمع الغربي. إنك، بلا شك، سترى كيف ستوجه الخلفيات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والمعرفية لكل شاب من هؤلاء الشباب في كل قطاع من هذه القطاعات بمجريات العملية الاتصالية التي تدور بينهم، وتتحكم فيها وتسيرها.

. وتخيل أيضاً ماذا سيحدث بينهم لو جاء أحدهم من قطاع ما من هذه القطاعات ليفسر كلمة ما سمعها من شاب يتواصل معه من قطاع اجتماعي أخر دون أن يربطها بدلالاتها الاجتماعية والثقافية لدى ذلك الشاب من ذلك القطاع؟

وتصوّر ما الذي يحدث لشخص يتحدث بطلاقة، وفرح وابتهاج مع صديق له في موضوع من الموضوعات فيدخل عليهما في تلك اللحظة شخص آخر غير مرغوب فيه!! إن من المتوقع في هذه الحالة أن يتوقف هذا الشخص عن الحديث، أو قد يغير طبيعة الحديث نفسه، أو قد يغير من نمط حديثه أو طريقة إلقائه إلخ. لماذا كل هذا؟ وكيف تفسره؟ إنه ببساطة بسبب التغير في المناخ الاتصالي أو البيئة الاتصالية التي كانت سائدة بينهما قبل قدوم الشخص الغريب.

وأما البعد الثاني من أبعاد المحيط الاتصالي فهو البعد المادي، أي المحيط الذي يجمع أطراف الاتصال كحجم البناء، ومكانه، وأضوائه، وديكوره، وألوانه، ومقاعده، وأثاثه؛ إضافة إلى الضوضاء، أو الحر، أو البرودة، أو الهدوء، أو الازدحام إلخ. كل هذا، بالطبع، يترك تأثيرات مختلفة ومتباينة علينا وعلى طريقة اتصالنا بغيرنا، وعلى مشاعرنا وأحاسيسنا وطرق تفكيرنا. ولك أن تتخيل أو تتصور ماذا يحدث لاتصال شخص ما مع غيره، من حيث أسلوبه في التعبير عن أفكاره، أو مشاعره، إذا كان في جو حار ولا يوجد تكييف، أو بارد، ولا توجد فيه تدفئة، أو في جو غير مريح بسبب المقعد الذي يجلس عليه، أو بسبب اتساع أو ضيق القاعة التي يوجد فيها مع الآخرين. إنه لن يكون بمقدوره الاتصال بنجاح والسيطرة على نفسه وانفعالاته وأفكاره بفاعلية. وأما البعد الثالث لأبعاد المحيط الاتصالي فهو البعد المتعلق بتوقيت الاتصال. فالأفراد، في العادة، يتواصلون وفقا لإيقاع التوقيت الزماني لهم؛ حيث نجد من يفضل فترة الصباح ليتواصل مع الآخرين، ونجد بعضهم الآخر يفضل فترة المساء أو الليل. إن التواصل في الفترة التي لا توافق هذا الفرد أو ذاك سينجم عنها مشكلات عديدة غير متوقعة.

وهكذا، نجد أن المحيط الاتصالي بأبعاده المختلفة هي التي يجب أن نأخذه بعين الإعتبار عند محاولتنا فهم العملية الاتصالية أو التواصل الاجتماعي بشكل عام، كما يرى أصحاب هذه الرؤية للاتصال.

البعد الرمزي:

ويمثل هذه المجموعة علماء اللغة، وبخاصة علماء النفس اللغوي، وعلماء مدرسة التفاعلية الرمزية في علم النفس الاجتماعي؛ حيث تنصب اهتمامات هؤلاء العلماء على ضرورة فهم أطراف العملية الاتصالية للغة التي يستخدمونها حين يتواصلون مع بعضهم بعضا، وعلى أهمية فهم ما وراء تلك اللغة من دلالات ومعان ورموز. فالإنسان، كما يقولون، يختلف عن بقية المخلوقات في قدرته على التواصل بالرموز مع

الآخرين. واللغة في نظر هؤلاء العلماء ليست سوى نظام رمزي اجتماعي متكامل يجعل الإنسان قادرا على الاتصال وتبادل المعرفة مع غيره. والاتصال بهذا المعنى هو عملية ينخرط فيها كل من المتحدث والمستمع بهدف التغلب على نواحي الغموض واللامعنى الذي قد ينشأ بينهما. فعلينا أن نتوقع أن يُساء فهمنا من قبل الآخرين، مثلما علينا أن نتوقع أن نسيء فهمهم. وكل ما يمكننا القيام به هنا هو التخلص قدر الإمكان من سوء الفهم وذلك بمساءلة الآخرين عمّا يقصدونه بعباراتهم ومصطلحاتهم اللغوية حتى ندرك حقيقة مقاصدهم. والأمر المهم الآخر في هذا الصدد- الذي يؤكد عليه هؤلاء العلماء- هو الاحتكام الدائم إلى السياق الذي يحتضن دلالات الرموز والمعاني لعدّ هذه الدلالات المقياس الحقيقي للمعنى المحمل في ثناياها خاصة في حالة وجود أكثر من معنى للدلالة. فالسياق اللغوي، إذا، مهم جداً في تحديد معاني الدلالات، ولا يمكن اشتقاق المعنى الحقيقي لهذه الدلالات إلا في إطار هذا السياق اللغوي.

البعد الشمولي

بالإضافة إلى الأبعاد السابقة للاتصال يبقى هناك بعدُ جدير بالتركيز عليه ولفت النظر إليه، وهو البعد الذي يقول به علماء التواصل الاجتماعي أنفسهم. فهؤلاء العلماء يمثلون في الواقع خلفيات أكاديمية مختلفة (علم النفس، علم الاجتماع، والاقتصاد والإعلام والسياسة وفقه اللغة). ومن هذا المنطلق نجد رؤيتهم للاتصال أكثر شمولية واتساعاً من الرؤيتين السابقتين؛ حيث نجدهم يركيزون على ضرورة النظر إلى الاتصال بعدّه عملية شمولية متكاملة تشير إلى التدفق والديمومة والديناميكية والتداخل والتأثيرات المتبادلة بين أطراف العملية الاتصالية. فهو، برأيهم، عملية تفاعلية وحوارية تبادلية تشترك فيها كل أطراف العملية الاتصالية. من أجل تحقيق أهدافها. إضافة إلى ذلك نجد هذا التركيز ينصب على تحديد دلالات المعاني والرموز المستخدمة في العملية الاتصالية. ومن هذا المنطلق يمكننا أن نضع التعريف الشامل

للاتصال حسب رؤية علماء الاتصال له: "هو العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة[3]".

وفي ضوء هذا الفهم يمكن النظر إلى التواصل الاجتماعي بوصفه ضرباً من المشاركة والتفاعل المتبادل في محيط اجتماعي بين أطراف واعية تؤثر في هذا الوسط الاجتماعي وتتأثر به. ويؤكد عالم اجتماع الاتصال دينس ماكويل (D. MacQuail) هذا التوجه الجديد في فهم الاتصال؛ إذ يرى بأن التواصل ليس سوى عملية اجتماعية لا يمكن فهمها إلا في سياقها الاجتماعي، وأن الظاهرة الاتصالية لا تعدو كونها تمثيلاً لأي عملية اجتماعية وشكلاً من أشكال الممارسة الاجتماعية في المجتمع[4].

التواصل الاجتماعي: الحاجات والدوافع والوظائف

هل خطر ببالك الحاجات التي يحققها لك اتصالك بالآخرين؟ أو الحاجات التي يحققها الآخرون من خلال اتصالهم بك؟ وهل فكرت يوماً في دوافع اتصالك بغيرك من الناس؟ أو بدوافع اتصال الناس بك أنت؟ وبمعنى آخر: ما الدوافع التي تدفعك وتدفع الناس إلى الاتصال؟ وما الحاجات والوظائف التي يشبعها ويحققها الاتصال لك ولهم؟

لو حاولت أن تجيب عن هذه التساؤلات من خلال مواقفك اليومية وخبراتك الشخصية لوجدت نفسك أمام إجابات عدد غير قليل من الحاجات والدوافع النفسية والاجتماعية التي يحققها لك اتصالك بمن تراهم يومياً وتتواصل معهم سواء في البيت، أو المدرسة أو الجامعة أو العمل، أو الجيران أو الجمعيات التي تذهب إليها، أو النوادي التي أنت عضو بها. ويحققها الاتصال لغيرك أيضا في الوقت نفسه، وهي الحاجات التي جعلتنا نؤكد منذ البداية بأن الإنسان كائن اتصالي لا يستطيع العيش إلا مع الآخرين وللآخرين ومن أجل الآخرين. إن الآخرين، شئنا أم أبينا، هم مصدر سعادتنا، ومصدر شقائنا في الوقت نفسه. فإن امتلكنا مهارات التواصل الاجتماعي المطلوبة

لهذه العملية فإن الآخرين سيتحوّلون إلى مصدر سعادةٍ لنا. وإن أخفقنا في تعلم هذه المهارات فسنشقى، وسنشقي الآخرين معنا.

الحاجة للاتصال على المستوى الفردي

تكمن أهمية الاتصال وحاجة الفرد إليه في كونه يحقق لنا العديد من الحاجات النفسية والعاطفية والاجتماعية التي لا يمكن أن تشبع دون أن نتواصل مع الآخرين. ويمكن إبراز أهم هذه الحاجات:

1- قهر العزلة والوحشة والكآبة: تنتاب الإنسان مشاعر مؤلمة ومخيفة حين تجرده من بعده الاجتماعي والإنساني. فالإنسان ليس انسانا إلا لأنه يأنس بالآخرين، لذا فإن إحساسه بالكآبة والوحشة أمر طبيعي إذا ما عزلناه عنهم. فليست العزلة والوحشة سوى مظهر من مظاهر الموت الاجتماعي. إنها تجريد الإنسان من إنسانيته و"اجتماعيته" المجبول عليها. فمن المتوقع، بل الطبيعي، أن الإنسان سيعاني من مشاعر التوحش والكآبة لو بقي وحيداً وبعيداً عن الآخرين. تأمل في القول الأتي: أنه رعب الموت الذي يعلم الإنسان الإيمان بالحب والحياة. وفي اللحظة التي يشعر فيها بالنهاية المحتومة، عندئذ يؤمن ولأول مرة بالحب والحياة والآخر. إن الموت (الحقد والعدوان) يغطي بصمته وجودنا، ولكن بالحب وحده وبالاتصال الأخوي الصادق نستطيع أن نقهر الحزن والقلق والموت ونعطي الفرح لذاتنا وللآخر[5].

وحتى ندلل لك على أهمية الآخرين لنا، تتصور قساوة الحياة التي يعاني منها سجين يقبع في سجن انفرادي ويعيش فيه وحيداً وفي عزلة تامة عن الآخرين. قد يصعب عليك تصور ذلك لأنك لم تخبر التجربة. ولكنك لو استمعت إلى معاناة أحد المساجين الذين عاشوا هذه التجربة اللاإنسانية وخبروا قساوتها ووحشيتها لأدركت كم هي تجربة مؤلمة. إنها تجربة تجرد الإنسان من إنسانيته، وتقتل الجانب الاجتماعي فيه.

وفي هذا الصدد، أنصحك مشاهدة العمل الدرامي الرائع 'الفراشة' الذي يجسد معاناة الإنسان من الوحدة والعزلة. يتحدث هذا العمل، بشكل غير مباشر عن مشاعر الوحدة والعزلة التي يعاني منها الإنسان السجين المعزول عن العالم الاجتماعي من خلال تصويره لبطولات شاب من أمريكا اللاتينية، في مقاومة الاحتلال الفرنسي لبلاده حين كانت ترزح تحت وطأة الاستعمار، فيقاومه هذا الشاب بكل الوسائل. وفي كل محاولة كان يتمرد بها على قوات الاحتلال كانت هذه القوات تعاقبه بالسجن في أحد سجونها. وكانت أقسى هذه العقوبات تلك التي وضعوه فيها بسجن انفرادي معزول تماماً عن الناس، إذ فقد فيه اتصاله بالعالم بكل ما فيه من مظاهر الحياة. وكاد ينسى كل شيء: اليوم الذي هو فيه، وتاريخ ذلك اليوم، والوقت.

وقد لا تتخيل كم كانت فرحته حين دخل إلى زنزانته صرصور زحف إليه من تحت باب زنزانته، فقد أدخل' هذا الصرصور فرحة لا توصف إلى قلبه؛ حيث أخذ هذا السجين يمارس معه 'إنسانيته: يداعبه ويلاعبه ويضحك معه ويتكلم معه. ولكن هذا السجين ينجح في النهاية بالهروب من السجن، ليجد نفسه منفياً في جزيرة نائية. غير إن حبه للحياة وللآخرين يجعله يهرب مجدداً من المنفى ليعيش حراً كالفراشة التي تأبى القيد.

وأنصحك كذلك بقراءة عمل (نيكوس كازنتزاكس) الرائع، (زوربا) لترى كيف كان (زوربا) 'يقهر' الألم والحزن بالرقص والغناء. وأنصحك كذلك بقراءة تجربة عزمي منصور في سجن الاحتلال الإسرائيلي الذي يعمل على تجريد الفلسطيني من إنسانيته ويحيله إلى مجرد 'كائن' غير اتصالي[6].

إن هذه التجارب وغيرها العديد من التجارب التي مر بها السجناء الجزائريون والتونسيون والمغاربة والليبيون والعراقيون واللبنانيون وسجناء أمريكا اللاتينية حين كانوا يعانون من وطأة الاستعمار، وغيرهم العديد، تدلل بوضوح

شديد على وحشة السجون وقتلها للبعد الاجتماعي والإنساني في الإنسان، وتدلل في الوقت نفسه على أهمية الآخرين في حياتنا وحاجتنا إليهم ودافعنا الشديد للبقاء معهم. فلا سبيل إلى قهرْ الوحشة والكآبة إلا بالتحامنا وتواصلنا مع الآخرين.

2- الحاجة للتغلب على الخوف والقلق الذي يشعر به الإنسان حين يكون وحيداً وبعيداً عن الآخرين. فبالاتصال بالآخرين يعود إليه الشعور بالأمان والطمأنينة والراحة النفسية.

3- الحاجة إلى تحقيق الذات: كيف يمكن لنا أن نحقق ذواتنا وأن نشعر بقيمة إنجازاتنا في العزلة؟ فالتقدير الذاتي الذي نحس به حين نقوم بأدوارنا المنوطة بنا في المجتمع والمكانة العالية التي نطمح في الوصول إليها لن يكون لهما معنى ولن يتحققا إلا بالانخراط في الجماعة الإنسانية، أي بالاتصال بالآخرين. فالجماعة بمثابة مختبر نكتشف فيه ذواتنا كما يكتشف عالما الكيمياء والفيزياء الكثير من خصائص المواد في مختبرهما.

4- الحاجة إلى الانضمام إلى الجماعة والانتماء إليها: لا يستطيع الفرد، كما تعلم، البقاء خارج الجماعة والمجتمع. فهو مضطر بل ومدفوع إلى الانضمام إلى جماعة ما (الأسرة، المدرسة، الجامعة، النادي، إحدى الجمعيات إلخ). وينخرط في نشاطاتها وأعمالها، ثم في مرحلة لاحقة من تفاعله وتواصله معها سيقوم بعملية استدخال ثقافتها (Internalization) بكل ما فيها من قيم وعادات ومعايير، وبمقدار ما يتكيف مع تلك الثقافة ويتوحد مع قيمها بمقدار ما سيشعر بالانتماء إليها والراحة فيها.

5- الحاجة إلى الترفيه والتسلية وتخفيف الأعباء اليومية التي يسببها ضغط الحياة اليومي. فكثيراً ما نجد أنفسنا في زيارة لأحد أصدقائنا أو معارفنا لأننا نجد فيه الشخص الذي يُضحكنا ويسلينا ويخفف عنا عبء الحياة وثقل العمل أو

الدراسة. أو نذهب إلى السينما أو نستمع لراديو أو نشاهد التلفزيون أو "نتحادث Chatting" مع الآخرين من خلال الإنترنت. كل ذلك من أجل تخفيف الأعباء النفسية الثقيلة التي تنجم عن ضغط العمل، أو الدراسة، أو التدريس، أو البطالة أو بسبب أية معاناة البعض من مشكلة من المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والنفسية التي يزخر بها المجتمع المعاصر وتشكل ضغطاً نفسياً على الفرد.

6- الحاجة إلى المعرفة بكل أبعادها: فالفرد منّا بحاجة دائمة وملحة للاطلاع على المعارف والمعلومات والآراء من حوله، فهذه المعارف تكسبه دراية وخبرة وتزيد من قدرته على التحكم بمجريات الأمور والقضايا والموضوعات الموجودة في عالمه الاجتماعي والمادي مما يعطيه شعوراً وإحساساً بالأمان النفسي، والتكيف، وقدرة على ما قد يواجه من مشكلات طارئة. والآخرون، في هذه الحالة، يشكلون مصدرا كبيرا ومهما لمثل هذه المعرفة.

الحاجة للتواصل على المستوى الاجتماعي

لا تكمن الأهمية الأساسية للاتصال في كونه يحقق الوظائف والحاجات النفسية السابقة للفرد. بل إن أهميته تتعدى إلى المجتمع أيضاً. ويعدّ الباحث (هارولد لاسويل H.Lasswell) من أوائل من اهتم بتحديد هذه الحاجات. وهي عنده كمايلي[7]:

أ. الرقابة على البيئة: تقدم وسائل الاتصال الجماهيرية للمجتمع كافة المعلومات الضرورية الخاصة بالبيئة المادية، وبالمشكلات والأخطار التي قد تهدد قيمه ومؤسساته، وتوفر هذه المعلومات الأسس العامة للمعلومات التي يستثمرها المجتمع في درء ما يحيق به من أخطار، أو العمل على تجنبها مما يهيّئ له فرص العيش بهدوء بعيداً عن التهديد والمخاطر.

ب. العمل على ترابط أنساق المجتمع وأجزائه المختلفة: فمن شأن الاتصال أن يقوي

الترابط والتماسك بين أجزاء المجتمع وأنساقه المختلفة؛ كالنسق السياسي والاقتصادي والصحي والثقافي والتربوي الخ. فمثلما يعمل الجهاز العصبي على تماسك أجزاء الجسم كذلك يعمل الاتصال على ترابُط وتكامل أنساق المجتمع الأساسية كلها.

ج. تحقيق الهوية الثقافية للمجتمع: فبواسطة الاتصال يتم نقل الموروث الثقافي للمجتمع بكل أبعاده إلى الأجيال القادمة، كما عمل على نقل هذا الموروث من الأجيال الماضية إلى الأجيال المعاصرة.

ومن الباحثين الذين يقدمون تصورا خاصا للحاجات التي يقدمها الاتصال الجماهيري للمجتمع عالم الاجتماع (ميرتون Merton)، وعالم النفس (لازارسفيلد Lazarsfeld)؛ إذ نجدهما يقدمان الوظائف الأساسية الآتية[8].

1- تبادل الآراء والتشاور: حيث تسعى وسائل الاتصال الجماهيرية في المجتمع بخدمة الموضوعات العامة والقضايا الرئيسية، والحركات والمنظمات الاجتماعية والأشخاص المتنفذين في المجتمع من خلال الوضع التشاوري الذي تحققه هذه الوسائل.

2- تقوية الأعراف والقيم الاجتماعية السائدة: تلعب وسائل الاتصال الجماهيرية دوراً كبيراً في تدعيم الأعراف والمعايير والقيم الاجتماعية التي يقرّها النظام الاجتماعي، وتصورها بأنها المعايير والقيم المقبولة اجتماعياً، وتعمل على نشرها بين الناس أيضا، وتصوّر ما عداها من قيم ومعايير بأنها معايير انحرافية خاطئة يجب تجنبها والابتعاد عنها.

3- الوظيفة التخديرية: إذا كانت وسائل الاتصال الجماهيرية تقوم بدور فاعل وإيجابي في تثبيت الأعراف والمعايير الاجتماعية المقبولة وكشف سلبيات الانحراف عنها، فإنها تقوم بالوقت نفسه بدور سلبي غير مقصود أو غير مباشر

وذلك حين تزود الرأي العام بمعلومات كثيرة جداً عن قضية ما لدرجة تعيقه عن اتخاذ قرار ما بشأن هذه القضية. وهذا ما يطلق عليه (ميرتون) الخلل الوظيفي لوسائل الإعلام.

وأما الباحث (شرام Schramm) فلا يختلف عن (لازويل) كثيراً في تصوره لوظائف وسائل الاتصال الجماهيرية ودورها في المجتمع. فهو يقصرها على ثلاث وظائف رئيسية أيضاً وهي[9]:

1. الوظيفة التثقيفية والمعرفية: حيث تقوم هذه الوسائل بإمداد أفراد المجتمع بالمعلومات والمهارات والمعتقدات والاتجاهات التي يقرها المجتمع.
2. الوظيفة السياسية: يكاد ينفرد (شرام) بالتركيز على أهمية هذا الدور أو هذه الوظيفة لوسائل الاتصال الجماهيرية عن غيره من الباحثين؛ إذ تقوم المؤسسة الاعلامية تزويد الرأي العام بمعلومات معينة تمكنهم من اتخاذ القرارات السياسية المناسبة حيال قضية معينة، وإمداده أيضاً وتبصيره بالتشريعات والقوانين واللوائح والنظم التي تسهل عليه اتخاذ هذا القرار.
3. وظيفة المراقب: وهو دور يقوم على مراقبة وسائل الاتصال الجماهيرية للبيئة الاجتماعية والمادية من أجل استكشاف الآفاق المستقبلية وإطلاع الرأي العام عليها حتى تتم مواجهته لها أو التعامل معها.

وأما الباحث (موللر Moeller) فنجده أيضا يحدد ظائف الاتصال الجماهيرية في المجتمع المعاصر. فهناك وظائف لهذه الوسائل، برأيه، تقوم بها فعلياً، وهناك وظائف من المأمول أو من المتوقع منها أن تقوم بها في المجتمعات، وبشكل خاص في المجتمع الأمريكي، وهذه الوظائف برأيه، هي[10]:

1. الرقابة أو الحراسة.
2. التعليم والتثقيف.
3. التسويق.

4. التغير الاجتماعي والثقافي.
5. التنشئة الاجتماعية التي تهدف إلى خلق حالة من الرضا والاجماع والتوحّد حول قيم ومعايير مشتركة.
6. الربط والتفسير.
7. الترفيه والتسلية.
8. الإخبار والإعلام.
9. إيجاد النمط الاجتماعي المقبول وذلك في الشؤون العامة والثقافة وأسلوب الحياة.

التواصل الاجتماعي: المكونات والمقومات

حاول المهتمون بتحديد مقومات العملية الاتصالية تصوير هذه العملية في شكل نموذج (Model) من أجل تبسيطها وفهمها واستيعابها. ولعل من أقدم المحاولات في هذا المجال محاولة (كانتليان Quintilien) الذي لخص هذه العناصر في بيت من الشعر باللغة اللاتينية[11]: "هناك من قام بفعل شيء ما، فمن هو؟ وماذا فعل؟ ومن ساعده؟ وأين حدث ذلك؟ ومتى؟ ولماذا؟ وكيف؟ والعناصر الاتصالية في هذا البيت من الشعر هي: المرسل، والرسالة، والمكان، والتوقيت والهدف، والوسيلة، والمتلقي.

وقريب من هذا القول ذهب الفيلسوف اليوناني (أرسطو) الذي حدد هذه المقومات وقصرها على ثلاثة مقومات هي: المتحدث الذي يريد توصيل فكره أو أفكاره من خلال النص أو المضمون أو الخطاب إلى المتلقي أو المتلقين.

وعلى الرغم من قدم هاتين المحاولتين، إلا أنهما يبقيان، من المحاولات الرائدة في هذا المجال خاصة إذا ما أخذنا البعد الزماني الذي يفصلنا عن واضعيهما بعين الاعتبار.

ولقد ذهب المفكر العربي ابن خلدون إلى ما ذهب إليه من سبقه من المعنيين

بعملية التواصل الاجتماعي، إذ نستطيع أن نستنتج مقومات هذه العملية من خلال كتاباته. وهذه المقومات هي: الراوي أو الناقل، ثم الرواية أو القصة، ثم القارئ.

ومن المحاولات الرائدة في هذا المجال أيضا محاولة هارولد لازويل (H. Lasswell) في نهاية الأربعينات الذي حصر هذه المقومات بخمسة فقط. إذ عدّ كل مقوم منها بمثابة عنصر أو مكون اتصالي، وهي(12):

- من يقول؟ (المرسل)
- ماذا يقول؟ (الرسالة)
- بأية وسيلة يقول؟ (القناة أو الوسيط)
- لمن يقول؟ (المتلقي)
- من أجل ماذا يقول؟ (الغاية/ التأثير/ الهدف)

ومع أن هذا النموذج الخماسي للعملية الاتصالية تعرض لكثير من الانتقادات والإضافات لإهماله مقومات أخرى وبخاصة إهماله البعد التفاعلي بين المرسل والمتلقي، غير إنه يبقى من النماذج الرئيسة في الاتصال التي لا يمكن تجاوزها أو التقليل من شأنها لمن يريد تحديد هذه المقومات.

وهناك محاولة أخرى أكثرعمقا وفهماً لطبيعة العملية الاتصالية وتحديد مكوناتها ومقوماتها وهي المحاولة التي قام بها الباحث (ولبورشرام W. Schramm). فقد طوّر (شرام)، في الحقيقة، في الخمسينات عدة نماذج للاتصال، وكان يضيف إلى كل نموذج يطوره بعداً جديداً يساعد في فهم العملية الاتصالية إلى أن استقر على نموذجه المعروف باسمه والذي يركز فيه على البعد الاجتماعي القائم على التفاعل بين المرسل والمتلقي(13).

وقد لفت (شرام) نظر الباحثين إلى ضرورة التخلي عن النظر إلى الاتصال بعدّه عملية طولية- خطية ذات اتجاه واحد (One-Way Communication) يقوم فيها المرسل بإرسال رسالته إلى المتلقي من خلال وسيلة اتصالية دون أن تتاح الفرصة لهذا المتلقي من أن يقول رأيه في الرسالة التي وصلته، وإنما النظر إليها بعدّها عملية تفاعلية

بين المرسل والمتلقي يتبادل كل منهما أدوار الآخر. كما أكد في نموذجه أيضاً على ضرورة الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقي؛ إذ كلما كانت هذه الخبرة كبيرة ومتشابهة بينهما كان اتصالهما أكثر نجاحاً وأقرب إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه.

إن متغيري الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقي وعنصر الاستجابة/ التغذية المرتدة (Feedback) التي تسمح للمرسل بتقييم ردود أفعال المتلقي على رسالته هما أهم العناصر أو المقومات التي أضافها نموذج (شرام) إلى النماذج السابقة. وبذا تكون عناصر العملية الاتصالية عند (شرام) كالآتي: المرسل، والرسالة، والقناة الاتصالية، والمتلقي، والهدف، ثم الاستجابة/ التغذية المرتدة أو العائدة، إضافة إلى عنصر الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقى.

ومن النماذج الأخرى التي لا يمكن تجاوزها أو إغفالها عند محاولتنا تحديد مقومات العملية الاتصالية نموذج الباحثين (وستلي وماكلين) (Westley & Maclean). فقد طوّر هذان الباحثان في نهاية الخمسينات نموذجاً اتصالياً يعدّ من أهم النماذج الاتصالية، وأكثرها شهرة وشمولية وذلك لتطرقه إلى أبعاد جديدة للاتصال زادت من فهمنا لهذه العملية المتشابكة والمتغيرة. ومن أهم هذه الإضافات ما يلي:

أ. لفت النظر إلى المستويات التي تأخذها العملية الاتصالية؛ حيث نجد للمرة الأولى نموذجاً اتصالياً يلتفت إلى هذا المستوى أو المستويات التي تأخذها العملية الاتصالية. فالاتصال برأيه قد يتم بين الفرد ونفسه، وقد يتم على المستوى الشخصي؛ أي بين الفرد وغيره، وقد يتم أيضاً على المستوى الجماهيري.

ب. التركيز على قصدية الاتصال: يرى (وستلي وماكلين) أن هناك رسائل اتصالية هادفة ومقصودة تطمح الأطراف المتصلة إيصالها إلى بعضها من أجل إحداث تأثير معيّن ومحدد؛ وهناك رسائل غير هادفة ولا ترمي إلى إحداث نتيجة معينة. والرسائل المهمة عندهما هي الرسائل التي يقصد صاحبها أو أصحابها إحداث تأثير في الآخرين من خلالها[14].

ما هي، إذا، مقومات العملية الاتصالية عند (وستلي وماكلين)؟ إنها كالآتي: المصدر الاتصالي، بصرف النظر عن مستوى الاتصال هنا، والرسالة أو الرسائل المختارة والمنتقاة من بين مجموعة الأحداث والوقائع المعاشة، ثم المتلقي، والاستجابة، وتبادل الأدوار، أي التفاعل بين المرسل والمتلقي، ثم الهدف المحدد.

ونريد أن نؤكد أمرا مهمّا هنا وهو أن كل نموذج من النماذج السابقة يضيف بُعداً جديدا إلى العملية الاتصالية يتناسب مع التطور والتغير الذي طرأ على الفكر الاتصالي؛ أي أن النظرة إلى العملية الاتصالية تطورت بتطوّر البحوث الاتصالية من جهة، وبالتطورالذي طرأ على الفكر الاتصالي نفسه من جهة أخرى.

وقد اتضح هذا التطور في تغيير نظرتنا إلى الاتصال بعدّه عملية طولية- خطية، إلى التأكيد على نظرتنا إليه ببعده التفاعلي الدائري، ثم النظرة الأكثر حداثة وهي عدّه عملية تبادلية اعتمادية (Transaction). وسنوضح لك دلالات هذا التطور في الفصول القادمة.

مقومات العملية الاتصالية

1- المرسل/المتحدث:

هو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال، إذ يقوم هذا الشخص بوضع أفكاره التي يريد توصيلها إلى الآخرين في رموز أو إشارات لفظية وغير لفظية (كود) بهدف إحداث تأثير ما فيهم سواء على المستوى المعرفي أو العاطفي أو السلوكي. وتعرف هذه العملية بالترميز أو التشفير (Encoding). وهذا المرسل قد يكون أي شخص: قد يكون أنت شخصياً عندما تتحدث مع والدك أو أخيك أو زميلك في الجامعة، أو مديرك أو زميلك في العمل، أو خطيبتك أو زوجتك أو طبيبك، إلخ. وقد يكون المرسل هو أحد هؤلاء الذي يودّ التحدث إليك، وقد تكون أيضاً جماعة ما، أو جمعية أو هيئة أو مؤسسة تريد توصيل شيء ما عن منتجاتها أو نشاطاتها أو مبادئها كمؤسسة الاتصال الجماهيرية.

وبصرف النظر عن من يكون هذا المرسل، فإن عملية إرساله لرسالته تتطلب منه في جميع الحالات وضع فكره أو أفكاره أو مشاعره أو اتجاهاته في كود (Code) أو شيفرة رمزية كتابة أو لفظاً أو حركة بهدف توصيلها إلى الآخر أو الآخرين من أجل إحداث تأثير ما فيهم.

2- المتلقي/المستقبل (Receiver):

هو الشخص أو الفئة الاجتماعية/ الجماعة/ المؤسسة/ المؤسسات/ المجتمع ككل الذي يوجّه المرسل إليه أو إليهم رسالته أو رسائله. فالمتلقي، إذاً، الجهة المقصودة بالاتصال؛ لأنه الجهة التي تتلقى ما يأتيها ويصلها من المرسل.

وحتى يتسنى لهذا المتلقي فهم معاني رسائل المرسل وما تحمله من مضامين ودلالات يتوجب عليه أن يقوم بعملية فك شيفرة/ رموز رسالة المرسل. ويطلق على هذه العملية التفكيكية فك الشيفرة أو فك الكود (Decoding). وهي عملية ليست سهلة، وإن بدت للوهلة الأولى بأنها كذلك. إنها، في الحقيقة، عملية معقدة تتضافر فيها عوامل عقلية وإدراكية ونفسية وثقافية كثيرة حتى تتم بشكل صحيح. إذ لابد للمتلقي من معرفة تامة بالنظام الرمزي الذي يستخدمه المرسل سواء كان هذا النظام نظاماً لغوياً أو جسدياً. فهذه المعرفة والمقدرة هي التي تمكنه من تفسير الرموز وإدراك معانيها ودلالاتها.

وبالإضافة إلى هذه المعرفة فإن عملية فك الشيفرة تتطلب أيضاً خبرة اتصالية في موضوع الرسائل التي يتلقاها المتلقي من المرسل. لذلك لا عجب أن يكون الأشخاص الذين لديهم خبرة في مجال التواصل والتفاعل مع الآخرين أكثر نجاحاً في تواصلهم مع الآخرين ممّن يفتقرون إلى هذه الخبرة. وحتى ندلل لك على ذلك، عُدْ إلى تجاربك الشخصية في بدايات حياتك المهنية أو الأكاديمية أو الاجتماعية أو الزوجية وحاول أن تتذكر كيف أن قلة خبرتك في هذه المجالات كادت أن تسبب لك بعض الإحراجات والإرباكات في بعض المواقف. فالحياة المهنية أو الأكاديمية تتطلب الإلمام ببعض

المصطلحات أو المفاهيم أو الرموز التي لم تكن تعرفها في تلك المرحلة المبكرة من تلك الحياة المهنية أو الأكاديمية أو الاجتماعية.

3- الرسالة (Message)

تعدّ الرسالة لبّ العملية الاتصالية وجوهرها. لأنها تحتوي على المعاني أو الأفكار أو المشاعر أو الاتجاهات أو المعارف التي يريد المرسل نقلها وتوصيلها إلى المتلقي أو المتلقين. ويأخذ التعبير عن هذه المعاني أو الأفكار أشكالاً عديدة، فقد يكون لفظياً شفاهياً أو كتابة أو جسدياً، وفي أحيان كثيرة يتم التعبير بهذين الشكلين معاً (اللفظي وغير اللفظي).

وكل تعبير من هذه التعابير يتطلب، بالطبع، قدرة عالية، ومهارة محددة من المرسل حتى يستطيع توصيله رسالته إلى المتلقي. ونظراً لأهمية الرسالة في العملية الاتصالية فقد عدّها (مارشال ماكلوهان Maclhon) بأنها هي الاتصال أو الإعلام نفسه (The media is the message)، وبخاصة في مجال الاتصال الجماهيري.

4- القناة الاتصالية (Channel/Medium)

وهي الوسيلة أو الوسائل السمعية والبصرية والصوتية التي نوظّفها في اتصالنا مع الآخرين من أجل نقل وتوصيل أفكارنا ومشاعرنا إليهم. وتختلف هذه القناة أو القنوات في خصائصها وإمكانياتها باختلاف الموقف الاتصالي، وحجم المتلقين. وقد يستخدم المرسل أكثر من وسيلة أو قناة أو وسيط اتصالي في وقت واحد (Multi-Media) أي وسائط متعددة، إذا ما ارتأى أن ذلك سيحقق نتائج اتصالية أكثر فائدة للمتلقي/ المتلقين.

5- الهدف أو الأهداف/التأثير أو التأثيرات (Effect/s)

هو الغاية التي يطمح المرسل إلى تحقيقها، وعليه فإن الهدف أو التأثير الذي ننشده هو المحصلة النهائية للعملية الاتصالية، إذ دون حدوثه تتحول هذه العملية إلى

عبث ومضيعة للوقت. وتتفاوت تأثيرات الحدث الاتصالي من موقف لآخر، فبعضها ظاهر ويمكن ملاحظته بشكل واضح، وبعضها الآخر مستتر وكامن قد لا يظهر مباشرة في ذلك الموقف بل يظهر لاحقاً ويسمى عندها التأثير النائم (Sleeping Effect) كمشاهدة الأطفال، مثلاً، للعنف المتلفز. فقد لا يظهر هذا العنف على سلوكات هؤلاء الأطفال فوراً أو مباشرة، وإنما قد يظهر في فترة لاحقة من أعمارهم[15].

ويلخص المهتمون بدراسة التأثيرات وتحليلها التي يريد المرسل تحقيقها أو إحداثها لدى المتلقي أو المتلقين في ثلاثة تأثيرات هي:

أ. التأثيرات المتصلة بالجانب المعرفي أو الفكري (Cognitive effects)، كأن يقتنع المتلقي بفكرة المرسل مثلاً، أو يتقبل آراءه أو المعلومات التي يقولها له.

ب. التأثيرات المتعلقة بالجوانب الوجدانية والمشاعرية (Affective effects)، كأن نتعاطف مع مشاعر المرسل ونحسّ بأحاسيسه ونشعر بما يشعر به، أو نتعاطف وجدانياً مع الموضوع الذي يتحدث عنه. كأن نشعر بشعور المريض الذي يعاني من مرض ما، أو السجين الذي يتحدث عن معاناته في السجن، أو الطالب الذي أخفق في امتحان ما، أو الزوجة التي تتعرض لعنف أسري، أو السعادة التي شعر بها شخص عندما كرّمته مؤسسته لإنجاز قام به، أو السيدة التي انجبت بعد فترة طويلة.

ج. التأثيرات المتعلقة بالجوانب السلوكية (Behavioral effects)، كأن يتخذ المتلقي قراراً ما بشأن أمر أو موضوع أو قضية ما حثه عليها المرسل كالتصويت لصالح مرشح ما في الانتخابات، أو التوقف عن التدخين، أو الحفاظ على البيئة.

6- الاستجابة (Feedback)

هي معلومات راجعة شفوية أو غير شفوية تسمح للمرسل معرفة ما إذا كانت رسالته قد استقبلها المتلقي وكيف تم هذا الاستقبال، والكيفية التي فهمت بها هذه الرسالة. ومن هذا المنطلق ليست الإستجابة أو التغذية العائدة أو رجع الصدى، كما

تسمى أحيانا، سوى ردود أفعال المتلقي على ما تلقاه من رسائل. وبهذا المعنى تعدّ الاستجابة أو التغذية الراجعة بمثابة المؤشر الذي يدل على مدى مشاركة المتصلين فيما بينهم في العملية الاتصالية.

وإن الإستجابة هي، إذاً، التي تحيل عملية الاتصال من مجرد عملية خطية ذات اتجاه واحد يقوم من خلالها المرسل بإرسال رسائل إلى المتلقي الذي لا دور له في هذه العملية سوى التلقي، إلى عملية تفاعلية دائرية تبادلية يتبادل فيها كل من المرسل والمتلقي دور الآخر. وهكذا تعمل الاستجابة أو التغذية المرتدة على تغيير طبيعة الاتصال وتنقله إلى مستوى عالٍ من التفاعل بين المرسل والمتلقي؛ فلم يعدّ الاتصال في هذه الحالة مجرد.. الاتصال مجرد عملية جامدة ذات اتجاه واحد بل عملية تواصل وتفاعل (Interaction) تتسم بالاستمرارية، والحيوية والانفتاح على الآخر، وتبادل الأدوار، والحوار، والنقاش. إذ كيف يمكن للمرسل دونها أن يعرف فيما إذا وصلت رسائله إلى المتلقي أم لا؟ إنها دون شك من أهم مقومات العملية الاتصالية التي أولاها الباحثون، جلّ اهتمامهم.

وتأخذ الاستجابة أشكالاً كثيرة منها، التعبير اللفظي وغير اللفظي مثل إيماءات وحركات اليدين، وتعبيرات الوجه، وحركة الجسم والعينين. وفي ضوء هذه الاستجابات يقوم المرسل بتقييم تأثير رسالته على المتلقي، فيصححها إن تطلب الأمر ذلك (التغذية السلبية) أو يبقى عليها كما هي إذا كانت مفهومة لدى هذا المتلقي (التغذية الإيجابية)، وقد تكون الاستجابة مباشرة أو فورية، وقد تكون متأخرة تأتي لاحقاً.

ولو أخذنا دور الاستجابة في العملية التعليمية، على سبيل المثال، لوجدنا أنها تمكّن المعلم أو عضو هيئة التدريس من إيصال المعلومات اللازمة إلى المتعلمين من التلاميذ والطلبة، وبوساطتها يعرف المعلم أو عضو هيئة التدريس أيضا ما إذا كان أسلوبه في التعليم فعالاً ومؤثراً أو العكس. وبالاعتماد عليها تتوافر لديه معلومات عن سير عملية التعلم لدى كل متعلم. ومن هذا المنطلق تعدّ الاستجابة أو التغذية

الراجعة أحد أهم الضمانات لنجاح عمليات التعليم والتعلم؛ لأنها تسمح للمعلم والمتعلم أن يكيّف كل منهما سلوكه لسوك الآخر وأن يتفاعلا بصورة إيجابية لتحقيق أهداف العملية التعليمية. وقِسْ على هذا جوانب أخرى في مختلف مجالات الحياة اليومية وبخاصة الحوار والنقاش اللذين نقوم بهما مع الآخرين. إذ علينا ألاّ نستأثر بالحديث كله، بل لا بد من إشراك الآخرين معنا حتى نفهم رأيهم في ما نقول والعكس صحيح أيضا.

7- السياق الاتصالي (Context)

يعدّ السياق الاتصالي أو البيئة الاتصالية من المقومات الأساسية في العملية الاتصالية. فجميعنا دون استثناء يتأثر بالجو العام أو البيئة، أو المناخ الاتصالي الذي تتم فيه العملية الاتصالية. فأنت تعلم، أن التواصل الاجتماعي لا يتم في فراغ. بل في بيئة أو سياق ما، تؤثر علينا تأثيراً واضحاً وكبيراً، سواء كان هذا التأثير سلباً أو إيجابا، كما أوضحنا قبل قليل.

8- التوقيت (Timing)

نعني بالتوقيت هنا، اختيار الوقت المناسب للتواصل مع الآخر أو الآخرين على المستويين: الزماني والمشاعري أو العاطفي، ليس في ما يخصك أنت وحدك، بل الآخر الذي تتواصل معه أو الآخرين؛ إذ كثيراً ما يفشل تواصلنا مع الآخرين بسبب اختيارنا الخاطئ للوقت الذي نتصل فيه معهم. ومن أجل أن نكون موفقين في هذا التواصل علينا أن نختار الوقت الذي يناسبنا ويناسبهم معاً. لذا، راعِ الوقت الذي تتصل فيه مع غيرك، أو يتصل فيه غيرك معك.

فعلى المستوى الزماني، لا تتواصل مع غيرك إلا إذا كان وقت الاتصال يناسبهم ويسمح لهم بالاستماع إليك والحديث معك. وإذا لم يكن وقتهم يسمح بذلك فالأفضل لك إرجاء ذلك إلى وقت آخر. فبعض الناس يفضل أوقاتاً معينة على غيرها للاتصال بهم أو بغيرهم. لذلك، عليك مراعاة ذلك.

وأما على المستوى المشاعري، فعليك أيضا أن تختار الوقت المناسب لك وللآخرين وذلك حين تكونا في أوضاع نفسية مريحة تسمح لكما بالتواصل. فلا تتواصل معهم وأنت غضبان، أو متوتر، أو تعبان. ولا تتواصل بغيرك كذلك وهو في هذه الحالات أو الأوضاع أيضا. فهذا الوضع غير المريح لك أو له/ لهم لن يساعدك في التعبير عن نفسك له/ لهم إذا كنت أنت المرسل، ولن يساعدك أيضاً على الاستماع إليهم إذا كانوا هم المتحدثين إليك.

9- التشويش (Noise)

يعني التشويش تدخل أي عامل داخلي أو خارجي على القناة الاتصالية مما قد يعيق وصول إلى الجهة المقصودة، وهو بهذا المعنى، يحول دون إدراك هذه الجهة وفهمها لرسالة المرسل وما تحمله من دلالات ومعانٍ ومضامين. إن هذا الاستقبال المغاير لمقاصد المرسل، وسوء إدراك الجهة المتلقية لهذه المقاصد لا يؤدي إلى عدم وضوح الرسالة فحسب بل إلى إساءة الفهم واضطراب التواصل بين المرسل والجهة المقصودة أيضاً.

وهناك أنواع مختلفة من التشويش تتدخل أحياناً فتعمل على إعاقة وصول رسالة المرسل إلى المتلقي. ويمكن تلخيصها بما يلي[16]:

أ. التشويش البيئي أو المادي (Environmental Noise Source) وهو أي شيء يطرأ على القناة الاتصالية بحيث يحول دون وصول الرسالة، كتشابك أسلاك الخطوط الهاتفية، مثلاً، في حالة الاتصال الجماهيري، أو عدم وضوح الإرسال التلفزيوني أو الإذاعي أيضاً، أو عدم وصول صوت المتحدث بوضوح، في حالة الاتصال الشخصي، لوجود ضوضاء في الخارج.

ب. التشويش الدلالي (Semantic Noise) وهو تشويش يتعلق بإدراك دلالات المعاني ورموزها بين أطراف العملية الاتصالية. فقد يقول المرسل كلمة ما ويقصد بها شيئاً محدداً، ولكن المتلقي لا يفهمها بذلك المعنى فيقع بينهما سوء تفاهم. فعلى سبيل المثال قد يقول شاب من المشرق العربي لشاب سعودي كلمة ْبيارة

ليعني بها الأرض المزروعة بالحمضيات. ولكن الشاب العربي السعودي لن يفهمها بهذا المعنى؛ لأنها تعني عنده معنى آخر مختلفاً؛ حيث تعني لديه معنى 'مجاري' أو 'مناهل المياه'، ذلك المعنى الذي يعني شيئاً مختلفاً تماماً عند الشاب العربي المشرقي. أو قد يقول شاب أردني أو سوري أو لبناني إلى شاب عراقي: 'بالأمس سهرت، سهرة رائعة وانبسطت فيها كثيراً'. وهو بهذا المعنى يعني أنه فرح جداً بتلك السهرة. ولكن الشاب العراقي قد يفهمها بمعنى مغاير تماما. فقد يفهمها بأن أحداً اعتدى عليه وضربه، لأن الفعل بسط إنما يعني لديه ضرب. وكذلك قد يحيي أحد المشارقة شخصا من المغرب العربي متمنيا له الصحة فيقول له: 'الله يعطيك العافية'، فيفهما المغربي بأن هذا المشرقي يضمر له السوء ويطلب من الله أن يحرقه بالنار، لأن كلمة العافية تعني النار لديه.

ومثال آخر على سوء فهم دلالة الكلمة. فقد تقول فتاة مشرقية لفتاة إماراتية: 'أنتِ اليوم زايدة حلاً' وتقصد بذلك أن زميلتها تبدو أكثر جمالا هذا اليوم. ولكن زميلتها الإماراتية تحتد وتغضب كأنها تسخر منها، فالحلا عندها يعني الصدأ. أي كأنها قالت لها 'أنتِ اليوم زايدة صدأ'. وهناك أمثلة لا حصر لها في هذا المجال.

ج. التشويش النفسي: وهو التشويش المتعلق بالحالة النفسية والمشاعرية والمزاجية التي يكون عليها أحد أطراف العملية الاتصالية أو كلاهما لحظة الاتصال. كأن يكون أحدهما مستاءً أو متوتراً، أو غاضباً أو جائعا، أو مضطرباً لسبب أو لآخر. إن هذه الحالة النفسية ستؤثر على اتصالهما وتكون بمثابة تشويش نفسي على هذا الاتصال.

د. غموض الكلمات (Ambiguity): فبعض الكلمات تكون غير واضحة المعنى فتعمل على إعاقة الفهم.

هـ. التشويش الاجتماعي (Social Noise).

و. التشويش البنائي (Organizational Confusions).

التواصل الاجتماعي: عملية ترميز للأفكار

والآن بعد أن أصبحت ملمّاً إلماماً كاملاً بمقومات العملية الاتصالية ومتغيراتها الأساسية، ومدركاً ادراكا وافيا لخصائص كل مقوّم من هذه المقومات، وواعيا وعيا شاملا بالدور الذي يلعبه كل مقوّم منها في العملية الاتصالية يحق لك أن تتساءل: كيف تتم هذه العملية؟ أي ما المراحل التي تمر بها صياغة أفكارنا ومشاعرنا حتى تصل إلى من نتواصل معه؟ وكيف يستجلي أطراف العملية الاتصالية ويفسر، ما يحدث في هذه العملية؟ هناك مراحل تمرّ بها هذه العملية حتى نفهم مقاصد بعضنا ببعض كأطراف تتفاعل في ما بينها، هي:

1. **إدراك الرسالة:** هذه هي الخطوة الأولى من عملية التواصل الاجتماعي المعقدة بين الناس؛ حيث تعني أن لديك فكرة ما، أو إحساساً ما، أو معلومة ما، حول موضوع ما، من الموضوعات التي ترغب في إرسالها للآخر أو تودّ أن تتبادل معه أطراف الحديث حولها حتى يحس بها أو يدركها هو كما تحس بها أنت. انها مرحلة تعتمد عليك أنت بالدرجة الأولى. فأنت الذي تقرر إما أن تتصل بالآخرين، وإما أن تحجم عن ذلك. ولكن ماذا تفعل إذا ما آثرت الاتصال على الإحجام؟ في هذه الحالة ستنتقل إلى الخطوة التالية المترتبة على قرارك الاتصال بالآخر.
2. **ترميز الرسالة:** في هذه المرحلة ستقوم بوضع فكرتك السابقة أو أفكارك التي قررت أن ترسلها إلى الآخر في رموز وإشارات، سواء كانت لفظية أو غير لفظية، تعبر عن المعنى أو المعاني التي تريد توصيلها إليه. أي أنك تقوم هنا بممارسة، عملية الترميز (Encoding).
3. **اختيار الوسيلة:** بعد أن قمت بوضع رموزك في بناء لغوي مناسب، وتأكدت تماماً من حسن اختيارك لهذا البناء يتوجب عليك الآن أن تختار الوسيلة الاتصالية التي

تتناسب مع هذه الرموز. فقد تقرر أن ترسل رسالتك إرسالاً لغوياً وقد تقرر إرسالها على شكل مطوية أو نشرة أو على شكل كتيب أو ملصق أو تبعثها مكتوبة الخ. كما قد تقرر أيضاً أن تختار أكثر من وسيلة اتصال لإيصالها له. فالعديد من الرسائل لا تصل إلى الجهة المقصودة بسبب سوء اختيار هذه الوسيلة. ولكن تذكر أن اختيارك لنوع الوسيلة يعتمد على طبيعة الموضوع الذي تريد التحدث عنه، وعلى حجم الجمهور الذي ستخاطبه أو توجّه إليه رسالتك: فرداً كان أم جماعة صغيرة، أم جماعة كبيرة، أم المجتمع ككل.

4. **تفكيك الرموز**: لنفترض أنك التزمت بتنفيذ الخطوات السابقة: الوعي بالفكرة، وترميزها ثم اختيار الوسيلة المناسبة، ماذا يبقى عليك؟ هنا ينتهي دورك ليبدأ دور الجانب الآخر المشترك معك في العملية الاتصالية وهو المتلقي. سيقوم هذا المتلقي بممارسة دور أشبه ما يكون بالمترجم أو المفسر أو المفكّك لرموزك التي بعثتها أنت إليه، ولما تضمنته من معانٍ ودلالات؛ أي أنه يقوم بعملية فك الرموز (Decoding). فإذا كانت رسالتك واضحة، وكان لديه خبرة اتصالية تساعده في فكّ هذه الرسالة، فإنه يبدأ الآن بالرد عليك فيكون هو المرسل وتتحول أنتَ إلى متلقٍ لما سيقوله لك. أي أنه سيقوم الآن بالخطوة التالية.

5. **الاستجابة**: هنا يبدأ الجانب الآخر بالاستجابة لرسالتك، فيقوم بصياغة رسالته إليك بحيث تتضمن الرموز المعبرة عن المعاني والمشاعر التي يريد أن يوصلها إليك. أي أنه يمارس الدور الذي قمت به أنت حين كنت مرسلاً. وتكمن أهمية استجابته إليك في أنها تخبرك عن مدى تقدّمك في الاتصال الذي تقوم به، ومدى النجاح الذي حققته في ذلك.

6. **فكّ رموزالرسالة الجديدة**: في هذه المرحلة تقوم بتفكيك وتفسير رموز ما وصلك من رسائل (استجابة المرسِل على رسالتك)؛ أي أنك هنا تقوم بنفس العملية التي قام بها هو قبل قليل وهي فكّ رموز رسالتك (Decoding) حين كنت أنت

مرسِلاً (الخطوة الرابعة)، فإن فهمت معاني رسالته ودلالاتها فستقوم بالرد عليها (استجابة جديدة من طرفك). وهكذا تستمر العملية الاتصالية بينكما بشكلٍ تبادلان فيه الأدوار بين مرسِل ومستقبل، وبين وضع الفكر في (رموز) وبين تفكيكه حتى يتحقق هدفكما من الاتصال.

ونودّ في نهاية هذا الجزء أن نؤكد لك أمرين هما:

أ. أن هذه الخطوات ليست منفصلة أو متقطعة أو مجزأة. إذ لا توجد خطوة أولى ثم ثانية ثم ثالثة، وإنما هي خطوات متداخلة ويصعب الفصل بينها؛ لأن العملية الاتصالية في الأصل هي عملية انسيابية ومتداخلة ومتشابكة. وما الفصل الذي قمنا به هنا سوى فصل تعسفي وتوضيحي لأغراض الشرح والتفسير.

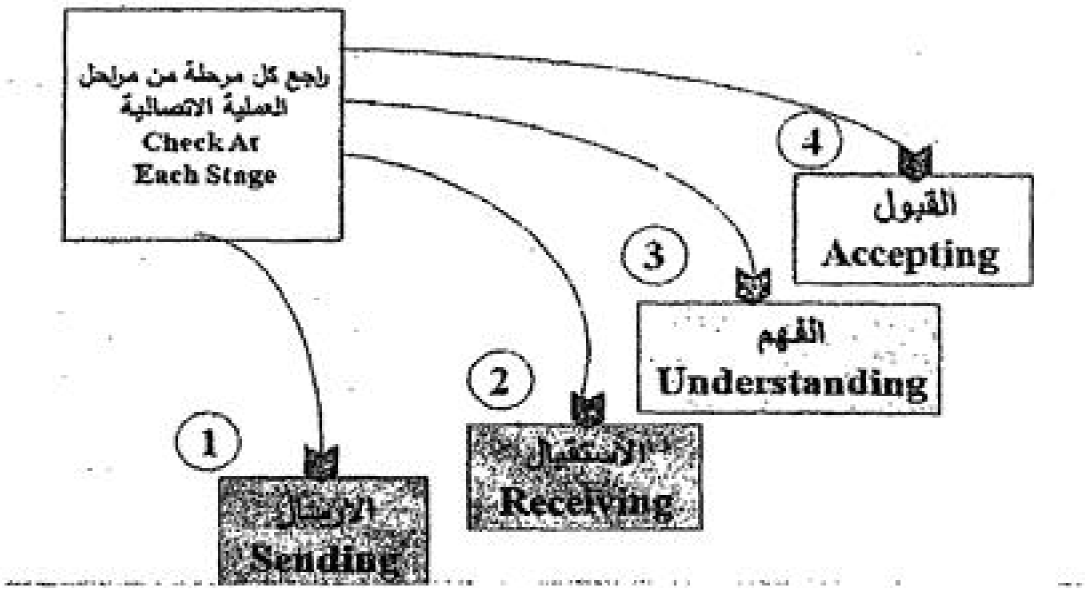
ب. إن الأستجابة أوالتغذية المرتدة هي التي تقوّي عملية التواصل بين الأفراد وتدعمها وتشجعها، وهي التي تحيل عملية الاتصال التلقائي- الخطي إلى عملية تواصلية تبادلية تفاعلية. وسنقوم في الفصول القادمة بتوضيح أكثر لدور التغذية المرتدة. ولكننا نتعجل الأمر قليلاً لننصحك هنا أن تسمح بالتغذية المرتدة إذا كنت مرسِلاً، وتشجع المتلقي على القيام بها وتحثه عليها؛ لأنها ستساعدك على تقييم اتصالك مع الآخرين من حيث النجاح أو الإخفاق.

وهكذا، إذا، يمكننا القول بإنّ التواصل الاجتماعي عملية اجتماعية تتكون من مقومات متداخلة تتأثر ويؤثر بعضها في بعضها الآخر. لذلك تأكد من الآتي إذا كنت تريد أن يكون اتصالك مع الآخر أو الآخرين فاعلا ومحققا لأهدافه[17]:

أ- تأكد بأنك ترسل رسائلك بوضوح للآخر.

ب- تأكد من أنك تستقبل كل ما يصدر عن الآخر بوضوح ودقة.

ج- تأكد من أنك تفهم معاني ودلالات كل ما وصلك من رسائل من الآخر



د- تأكد من أن ما سمعته من الآخر أو الآخرين يحظى بقبولك أو عدم قبولك، وأخبره بذلك (انظر الرسم التوضيحي أعلاه).

التواصل الاجتماعي: المبادئ والخصائص

يستند التواصل الاجتماعي إلى عدد من المبادئ العامة، ويتصف بمجموعة من الخصائص التي لا بد لك من معرفتها إذا أردت أن يكون تواصلك ناجحاً ومحققاً لأهدافه. وقد أوضح الباحثون في مجال التواصل الاجتماعي هذه المبادئ وحللوها، وزودونا بالعديد من المهارات التي يمكن أن نتعلمها منها. ومن أهم هذه المبادئ، ما يلي:

التواصل عملية حتمية (Communication is inevitable):

يعدّ التواصل ظاهرة أساسية وحيوية لا مفر منها، ولا غنى عنها، ولا يمكن لأي إنسان تجنبها أو الهروب منها. فما دام الإنسان حياً ويمارس حياته الاجتماعية بشكل طبيعي فهو محكوم عليه بالتواصل كما أوضحنا لك في الصفحات السابقة. وحتى يكون هذا التواصل ناجحاً ومثمراً يتوجب أن يكون هادفاً وقصدياً وواعياً. إلا أن هناك بعض الحالات التي نتصل بها مع غيرنا دون أن تكون لدينا نية أو رغبة أو هدف

في ذلك؛ أي أن الكثير من حالات التواصل تتم دون قصد منا، فتأتي على شكل عفوي وغير مقصود وتؤثر كلتا الحالتين من التواصل (القصدية والعفوية) على أسلوب اتصالنا بالآخرين والنتائج المترتبة عنه.

هل من دلالات لهذا المبدأ يمكن أن تستنتجها منه؟ وهل هناك من مهارات يمكن أن نستفيدها أو تتعلمها جراء تسليمنا به؟. نعم. بكل تأكيد هناك دلالات ومهارات لهذا المبدأ، لعل أهم ما يمكنك الخروج به هنا من دلالات هو حاجتك لضبط بعض الجوانب من سلوكك وتصرفاتك مع الآخرين، وبخاصة في المواقف التي لم تكن تود الاتصال بهم، ولكنها فرضت عليك ولم يكن بإمكانك تجنّبها. لذا، تعلّم كيف تتحكم ببعض ما قد يصدر عنك من إيماءات أو حركات أو ألفاظ تدل على عدم رغبتك في إقامة هذا الاتصال معهم. فذاك أمر قد يغضبهم، ويؤثر عليهم، ويعكر عليك وعليهم صفاء الموقف. إن حاجتك لتعلم ضبط النفس بكفاءة وفاعلية في هذه المواقف أفضل لك وأصوب من إبداء استيائك وتذمرك في ذلك الموقف. كما تعلّم أيضاً أن لا تتسرع بالحكم على بعض ما قد يصدر من الآخرين من حركات أو إيماءات أو ألفاظ غير مقصودة لأنهم قد يكونون في موقف شبيه بموقفك.

التواصل عملية ديناميكية (Dynamic Process):

الفعل الاتصالي فعل متغير ومستمر وديناميكي، يتكون من عناصر تتفاعل فيما بينها لإحداثه. ويتألف أيضاً من منظومة متسلسلة ومتشابكة ومتناغمة من المكونات والمقومات. فأي تغيّر، يطرأ على أحد هذه المكونات أو المقومات، مهما كان بسيطاً، سيعقبه تغير في بقية المقومات الأخرى. أي أن نجاح العملية الاتصالية يتوقف على مدى التناسق والانسجام بين العناصر التي تشكلها، وعلى مدى التفاعل والحيوية والحركية المستمرة بين هذه الأطراف. وهل من دلالات لذلك؟ وما المهارات التي نتعلمها من الإقرار بهذا المبدأ؟ إن فهمك واستيعابك لمفهوم الديناميكية يجعلك

شخصاً ديناميكاً تعطي للاتصال نفساً وديناميكية وحيوية. فابتعد عن الجمود؛ لأنه يقتل التواصل بينك وبين الآخرين.

التواصل عملية تفاعلية (Interactive process):

يؤكد الكثير من الباحثين في التواصل الاجتماعي وبخاصة علماء التفاعلية الرمزية، كما كنا قد أوضحنا في غير مكان، على بعد التفاعل في الاتصال بعِدّه بُعداً مهمّاً وجوهرياً في فهم طبيعة العملية الاتصالية، لأن التواصل، برأيهم، ليس سوى عملية تفاعلية يتبادل فيها أطرافها أدوار بعضهما بعضاً بشكل تفاعلي، بحيث يؤثر كل طرف في الآخر ويتأثر به في الوقت نفسه عن طريق العملية التي أسميناها التغذية المرتدة أو الاستجابة. هذه العملية هي التي تحيل الاتصال، كما تعلم، إلى عملية أخذ وعطاء.

هل من دلالات لذلك؟ نعم. إذا كان الاتصال هو عملية تفاعلية وتبادلية تحيل الاتصال إلى تفاعل وحيوية وحياة، فما عليك إلا أن تشجّع الآخرين عليها وتشركهم معك فيها. فإياك أن تستأثر بالاتصال وحدك، وإياك أن تستثني الآخرين منه والمشاركة فيه.

التواصل عملية رمزية (Symbolic process):

بات واضحا لك من البداية بأن التواصل الاجتماعي سلوك رمزي محمّل بالدلالات والمعاني للتعبير عن أفكارنا ومشاعرنا. ومن هذا المنطلق يتفرد الإنسان عن بقية المخلوقات بهذه الخاصية. وعلى الرغم من أهمية اللغة المنطوقة في عملية التواصل إلا أن الباحثين المعاصرين في مجال هذه العملية، يشددون على دور لغة الجسد فيها. فلغة الجسد، برأيهم، أقدر على توصيل مشاعرنا وأحاسيسنا من اللغة المنطوقة كما سنوضح لك ذلك بالتفصيل حين نأتي إلى الفصل المخصص لهذا الجانب.

ولكن ما دلالات ذلك؟ عليك أن تحسن كيفية وضع أفكارك في بناء لغوي متماسك حتى يصل بوضوح إلى الآخرين، وعليك أيضاً أن تتعلم معاني لغة الجسد،

خاصة إذا ما أردت أن تنتقل من مجتمعك المحلي إلى مجتمع آخر؛ إذ يتوجب عليك أن تكون قادراً على فهم المضامين الاجتماعية والثقافية لكل رمز من الرموز التي يستعملها أفراد ذلك المجتمع.

التواصل عملية معقدة:

يشير المبدأ السابق للاتصال، مبدأ التفاعل، إلى حيوية هذه العملية والتأثير المتبادل بين أطرافها. وهذا بدوره يجعلها عملية معقدة. ولا نعني بالتعقيد هنا صعوبة فهم هذه العملية واستحالة إدراك دلالاتها، وإنما نعني أنها عملية تتألف من مستويات عديدة (المستوى الفردي، والثنائي، والجمعي، والجماهيري)، وتأخذ أشكال كثيرة (التعاون، التنافس، الصراع، التكيف، التفاوض إلخ) وتمر بعدة مراحل متداخلة حتى تكتمل- كما مر معك في الصفحات السابقة.

كما وتتداخل فيها عوامل عديدة لإتمامها، (المكان، الزمان، الثقافة إلخ). كل هذه العوامل تتفاعل مع بعضها بعضاً لتشكل الحدث أو الفعل الاتصالي. ما دلالات ذلك؟ عليك الإلمام بكل هذه الجوانب، ومعرفتها، وتحديدها إذا أردت أن تكون متصلاً جيداً من جهة، وإذا أردت أيضاً أن تبقي خيوط التواصل مفتوحة مع غيرك فتقوي علاقتك بهم وعلاقتهم بك من جهة أخرى.

التواصل عملية يتعذر إرجاعها إلى الوراء

(Communications Irreversible)

تتألف الحياة من ثلاثة أبعاد رئيسة، كما تعلم، هي: الماضي والحاضر والمستقبل. وأما الحاضر والمستقبل فإنهما البعدان اللذان يمكننا التحكم نسبياً بمجرياتهما. لكن الأمر يتعذر في حالة البعد المتعلق بالماضي. فهو بعد من أبعاد الحياة لا يمكن إعادة تشكيله من جديد أو إرجاع أحداثه بالطريقة نفسها التي وقعت بها. كذلك الحدث الاتصالي، فبمجرد الانتهاء منه يصبح من المتعذر استرجاع أحداثه، أو إلغاء التأثيرات التي أحدثها سواء علينا أو على الآخرين، بشكل مقصود أو غير مقصود. وهذا يعني،

أن الفعل الاتصالي، فعل متنامٍ ومتصاعد ومتجه إلى الأمام وليس إلى الوراء. فكيف نلغي أو نسحب كلمة أو حركة صدرت منا؟. فما قلناه قد قلناه، وقد وصل إلى الآخرين وحللوا مضامينه وأدركوا معانيه، وترك تأثيراته عليهم سواء كانت سلبية أو إيجابية.

فما دلالات هذا البعد من أبعاد العملية الاتصالية؟ وما المهارات التي نتعلمها منه؟. هناك مهارات عديدة، في الحقيقة، يمكن أن نتعلمها من هذا المبدأ، وهي على قدر كبير من الأهمية لنا وللآخرين؛ إذ من شأنها العمل على تحسين تواصلنا مع الآخرين، وتمتين علاقتنا بهم. وأما أهم ما يمكن أن نتعلمه منه، فيمكن تلخيصه بمايلي:

أ. تعلّم التحكم بالنفس قبل الحديث وأثناء الحديث: فالتحكم بالنفس وضبطها- كما اتضح معك في المبدأ الأول، هو غاية الاتصال. فضبط النفس هو الذي يجعلك تتحكم بطريقة واعية لكل ما يصدر عنك من سلوكات وحركات وأفعال.

ب. تعلّم التريث وعدم التسرع: عليك أن تتأنى وتتريث قبل أن تقوم بأي فعل، أو تصدر عنك أية حركة. فحاسب نفسك على كل كلمة تقولها قبل أن يحاسبك عليها الآخرون؛ وتأكد كذلك من وضوح أفكارك، وعدم السماح بالتشويش عليها قدر المستطاع. فإذا كانت أفكارك مشوشة فقد لا تصل إليهم بوضوح، وإن وصلتهم فقد تصلهم مشوّهة، وتقع هنا في أخطاء اتصالية أنت في غنى عنها.

ج. تعلّم أن تعتذر للآخرين إن أخطأت: على الرغم من ضبطك لنفسك وتحكمك بما تقول، فقد يصدر عنك بشكل غير مقصود بعض الحركات أو الأفعال أو الكلمات التي قد تجرح مشاعر الآخرين أو تغضبهم، لذلك، عليك أن تتعلم أن تعتذر عنها. ولكن لماذا يجب علينا أن نعتذر للآخرين؟ ببساطة شديدة لأننا ربما نكون قد أخطأنا فعلاً بحقهم، أو ربما لأنه قد أسيء فهمنا. ففي هاتين الحالتين يتوجب علينا الاعتذار.

ولكن ما الدور الذي يلعبه الاعتذار في عملية التواصل الاجتماعي؟ يؤكد علماء النفس الاجتماعي بأن اعتذارنا للآخرين عما قد صدر منا إزاءهم، يخفف دون أدنى شك، من وقع الأذى النفسي الذي سببناه لهم، ويخفف عنا نحن الضيق النفسي الذي نحس به بسبب ما ألحقه سلوكنا الخاطئ بهم. فنحن حين نعتذر، أو نقدّم للآخرين اعتذارنا، فهذا من شأنه أن يشعرهم بحسن نوايانا نحوهم ويبعد عنهم التفكير السيئ بنا وبمقاصدنا أو اتجاهاتنا نحوهم؛ كما أنه يدل أيضاً على مدى تسامحنا وسعة صدرنا بالطبع، ويعطينا فرصة أيضاً لتوضيح موقفنا الذي أساءوا فهمه. وهذا بالطبع من شأنه أن يلطف جو الاتصال بيننا وبينهم. لذلك كله يعدّ الاعتراف بالخطأ والاعتذار عنه فضيلة من الفضائل الكبرى التي يتحلى بها الشجعان من الناس. وأنت واحد منهم بالطبع. فكن شجاعا، ومارس فضيلة الاعتذار للآخرين إن كنت قد أخطأت معهم.

د. تعلّم أن تقبل اعتذارات الآخرين: عليك أن تقبل اعتذارات الآخرين مثلما قبلوا اعتذارك أنت، وعليك أيضاً أن تعطيهم الفرصة لتوضيح مقاصدهم وتفسير ما صدر منهم من سلوكات كانت قد أغضبتك. فإن فعلت هذا معهم فإنك تؤكد لهم تسامحك وتفهمك لدوافع سلوكاتهم بشكل عام، مما سيقوّي اتصالك بهم ويدعم من صداقتك معهم.

فهل أدركت دور الاعتذار في "ترطيب" العلاقات الاجتماعية التي قد تكون قد تشنجت بينك وبين الآخرين بسبب تلك الأخطاء غير المقصودة؟ وهل أدركت فضيلة التسامح مع زلات الآخرين ودورها في تمتين العلاقات الاجتماعية؟وتذكر بأن التسامح لا يعني التنازل أو التساهل، بل هو قبل كل شيء موقف إيجابي، يُقر بحق الآخرين في التمتع بحقوقهم وحرياتهم الأساسية.

الاعتذارات: أنواعها وأشكالها:

يقدم الباحث في مجال الاتصال الشخصي (سنايدرSnyder) ثلاثة أنواع للاعتذارات التي نقدمها للآخرين أو يقدمه الآخرون لنا عن بعض ما ارتكبناه/ ارتكبوه من أفعال أو صدر منا/ منه من سلوكات أو كلمات غير مقصودة، ولكنها تسببت في إحداث سوء اتصال بيننا وبينهم في مواقف اتصالية معينة[18]:

1- التنصُّل من الفعل ("I didn't do it" Excuses):

ينكر الفرد هنا قيامه بالأخطاء ويرفض الاعتراف بها. ويأخذ هذا النوع من الاعتذارات أحد الأشكال التالية:

أ- الإنكار: The Denial: لا يعترف الفرد بما ينسب إليه من أخطاء في هذه الحالة. وأفضل مثال على ذلك هو العبارة التالية، أو ما يشابهها من العبارات، التي نسمعها من الآخرين يوميا:

- أنا لم أفعل ذلك".
- "ليس مثلي من يفعل ذلك"

ب- رد التهمة أو الادعاء (The Alibi): يدّعي الفرد هنا جهله التام بالموضوع، أو عدم قدرته على القيام به، ومثال ذلك:

- "لم أكن أعرف أن وقوف المركبات هنا ممنوع".
- "لم أكن موجودا في المكان ساعة وقوع المشكلة".
- "لا يستطيع شاب مثلي القيام بهذا العمل".

ج- اللوم (The Blame): يلقي الفرد هنا اللوم على غيره متّهماً إياهم بالتسبب بما حدث. ومن الأمثلة على هذا:

- "هو الذي دفعني للقيام بذلك".
- "لم يكن بودّي فعل ذلك، ولكن الظروف هي المسئولة عن قيامي به".

2- التقليل من قيمة الفعل ("It wasn't So Bad" Excuses):

يهدف هذا النوع من الاعتذارات أو الأعذار الحط من قيمة الفعل السيء الذي قمناه به أو التقليل من شأنه ومخاطره. ويأخذ هذا النوع من الاعتذارات أحد الأشكال التالية:

أ- تصغير قيمة الفعل (The Minimization): يدّعي الفرد هنا بأن الفعل أو السلوك الذي قام به ليس بذاك السوء الذي ينسبونه إليه، وعليه فإن الأمر لا يستحق هذه الضجة:

- أنا لم أغش كل أسئلة الامتحان. بل قمت بغش سؤالين فقط. وهذا أمر ليس بالجريمة التي أحاسب عليها.

ب- التبرير/ التسويغ (The Justification): يقوم هذا الشكل من أشكال الاعتذارات على ادّعاء الفرد بأن لديه تبريرات ومسوغات كافية تبرر له سلوكه أو تجيز له ما قام به من أفعال أو ما تفوّه به من كلمات. مثال ذلك.

- أنا لا أحب هذا الأستاذ أبداً، لذلك قمت بالغش في امتحاناته.

- هذا تاجر بشع وثري فالسرقة من متجره حلال أو أمر مسموح.

ج- الحط من قيمة الشيء (The Derogation): يقوم الفرد هنا ببخس قيمة الشيء أو الموقف الاتصالي أو الفعل الذي قام به أو اقترفه، ويعمل على الحط من قدره أو قيمته. ومن الأمثلة على ذلك:

- نعم أنا كسرت هذه الفازة، فهي فازة على ما يبدو من النوع الرخيص.

- لا بأس، أنا أتلفت هذه اللوحة، فثمنها بسيط يمكن شراء غيرها. (علماً أن ثمن اللوحة غالٍ جداً).

- لقد صرخت بوجهه، فمثله لا يستحق الاحترام والتقدير.

- هذه الجماعة من الناس تستحق أن أعاملها بهذه القسوة.

- نعم، لقد غشيت بالامتحان لأن الأسئلة صعبة للغاية.

3- "نعم" و"لكن" ("Yes. "But" Excuses"):

يعتذر الفرد في هذا النوع من المواقف الاتصالية عمّا قام به من سلوكات ولكنه ما يلبث أن يستدرك اعتذاره ويشرطها بجملة من الشروط أو الادعاءات. ومن أمثلة ذلك:

أ- أعتذر عمّا حدث، ولكن لم يكن بوسعي وقف ما حدث (I couldn't help it):
يدّعي الفرد بأنه لم يستطع منع ما وقع كأن شيئاً ما دفعه إلى ذلك:

- لم أستطع التوقف عن أكل هذه الكمية الكثيرة جداً من الطعام؛ لأنه طعام شهي ولذيذ.
- صحيح أنني أغضبتك بالأمس، ولكن كنت مجبراً.
- لم أستطع التوقف عن شرب هذه النرجيلة، فمفعولها علي يجعلني انتشي وأسرح في الخيال.

ب- أعتذر، ولكن لم يكن بنيتي الإساءة: ينكر الفرد أنه تسبب بإيذاء الآخرين بأي شكل من الأشكال، أو أنه جرح مشاعرهم أو أساء إليهم بنية مبيّتة وبشكل عمدي. كأن يقول أحدنا معتذراً:

- لقد حاولت كل جهدي من أجل مساعدته في تخطي مشكلاته، ولم أكن أقصد أبداً أن أجرح مشاعره.
- لقد حاولت مساعدته بكل طاقتي، ولكن لم يستمع إليّ.

ج- أنا لست هكذا دائما: يتنصل الفرد من سلوكاته الخاطئة ومن كل ما يترتب عليها، مدعيا أنها لا تعكس شخصيته أو لا تتوافق مع مبادئه أو تتماشى مع أخلاقه، بل كانت زلة بسيطة من زلاته بسبب صفة من صفاته الشخصية وليس انعكاساً لكل شخصيته. كأن يعتذر أحدنا قائلاً لزوجته أو خطيبته:

- أنتِ تعرفينني جيداً، فأنا كريم ومحب وعطوف، ولكنني شكاك فلولا هذا الشك لما تصرفت معك بهذه الطريقة غير اللائقة.

- إن غيرتي الزائدة، أو حبي الكبير لك هو الذي جعلني أتصرف هكذا مع ذلك الشاب الذي نظر إليك تلك النظرة.

التواصل الاجتماعي: الحواجز والمعيقات

تتعرض عملية التواصل الاجتماعي إلى عوائق كثيرة تؤثر في سيرها وتؤدي في أحيان كثيرة إلى فشلها أو عدم تحقيقها لأهدافها؛ إذ كثيراً ما يصدر عنّا أو عن غيرنا بعض الكلمات أو الإشارات أو التعبيرات أو السلوكات التي قد تؤدي إلى سوء فهم بيننا وبين الآخرين. وهناك حالات كثيرة تتدخل فيها عوامل خارجية تؤدي إلى اختلاف في الفهم بيننا وبين مَنْ نتواصل معهم فتسيء إلى عملية اتصالنا بهم.

وعلى أية حال فإن معيقات الاتصال عديدة، وحواجزه كثيرة ومختلفة بسبب تعقّد العملية الاتصالية نفسها. ولكن ما الذي نعنيه بعوائق التواصل الاجتماعي؟. نعني بهذا المفهوم كافة العوامل والمتغيرات الداخلية والخارجية التي تشكل الحدث الاتصالي، وتؤثر على مجرياته فتتسبب في إعاقة عملية التواصل بين الأطراف المتصلة، أو تؤخر وصول رسائلهم إلى بعضهم بعضا، أو تمنع هذا الوصول، وإن وصل فإنها تعمل على تشويه معانيه أو تحريف دلالاته.

وهذه الحواجز أو المعيقات موجودة في كل عنصر من العناصر التي تتألف منها العملية الاتصالية. فقد تكون في المرسِل نفسه، أو في رسالته، أو في وسيلته في الاتصال، أو في المتلقي أو في البيئة الاتصالية. ماذا يتبين لك من هذا؟ يتبين لنا أن عملية التخلص نهائياً من معيقات التواصل الاجتماعي أمر- على ما يبدو- في غاية الصعوبة. غير أن التقليل من تأثيرات هذه المعيقات أو التحكم بها أو العمل على تلاشيها قدر الإمكان أمر ممكن ومطلوب إذا أردنا أن يكون اتصالنا مع الآخرين ناجحاً. ولعل هذا هو المسوغ لتزويدك الآن بهذا الجزء من طبيعة العملية الاتصالية، لعلنا نمكنك ونكسبك بعض المهارات التي ستجعلك تتحكم بهذه المعيقات وتجعلك

بالتالي متصلاً ناجحاً وفاعلاً في حياتك اليومية. وأما أهم هذه الحواجز أو المعيقات فهي:

العوائق المادية- الخارجية:

وهي العوائق الخارجة عن إرادة الأطراف المتصلين. وتعرف عادة بالتشويش. إذ تتدخل هذه العوامل لتحول دون تبادل كل من المرسل والمستقبل رسائلهما بوضوح ويسر. ففي حالة الاتصال الشخصي، مثلاً، قد يؤثر ضجيج أدوات عمال البناء في البناية المجاورة على سماعك لحديث ضيفك، أو ابنك، أو أخيك أو معلمك في قاعة المحاضرة. وقد يحول صوت الموسيقى العالي القادم إليك من إحدى صالات الأعراس المجاورة لمنزلك على مناقشتك لموضوع مهم مع أحد أفراد أسرتك، أو مدير عملك. ففي هاتين الحالتين- وحالات أخرى كثيرة مشابهة- عملت الضوضاء والموسيقى العالية على عرقلة عملية استماعك أو تحدثك مع الآخرين. فلم تسمع ما قاله محدثك، ولم تقدر على توصيل قصدك إليه بوضوح.

فما العمل، إذاً، في هذه الحالة؟ قد لا يكون علينا في الواقع، إلا أن نرفع صوتنا أعلى من المألوف (إذا كنت أنت المتحدث)، أو أن نصمت قليلاً حتى يزول هذا الإزعاج، ونستأنف الحديث فيما بعد، أو أن نؤجل الحديث بالموضوع خاصة إذا كان موضوعاً مهماً وتتوقف عليه نتائج مهمة. فالاستمرار في الحديث في هذه الحالة قد يفسد نتائجه وقد تأتي بغير ما نريد أو نتوقع.

وقد يأخذ التشويش المادي أيضاً بعداً آخر يتعلق بطبيعة المكان الذي يجمع أطراف العملية الاتصالية. فكما أوضحنا سابقاً، يتأثر اتصالنا بطبيعة المكان. فقد يكون كبيراً جداً، أو ضيقاً، أو ضعيف الإنارة أو التهوية، أو مزدحماً أو بارداً جداً أو حاراً إلخ، كل هذه العوامل ستترك تأثيراتها بالتأكيد على الأطراف المشتركة في العملية الاتصالية.

وأمّا في حالة الاتصال الجماهيري فقد يحول هذا التشويش بينك وبين وصول رسالة المرسل إليك. كما في حالة مرور طائرة فوق محطة الإذاعة أو التلفزيون مما قد يعيق استماعك للبث الصادر منهما.

العوائق في دلالات المعاني

وهي العوائق التي تطرأ على معاني الكلمات أو دلالات الرموز. فقد يكون لكلمة ما أو حركة ما أكثر من معنى مما يربك المتلقي فلا يعرف أي معنى تقصده ممّا يؤدي إلى سوء فهم بينكما. أنت تعلم، على سبيل المثال المعاني المتعددة لكلمة عين. فقد يكون معناها العين التي نبصر بها، أو قد تعني الجاسوس، أو عضو مجلس أعيان أو عين الماء، أو الشيء نفسه (عين المكان). انظر لدلالة كلمة عين في البيتين التاليين من الشعر:

عينان عينان لا عينان تُبصر   وفي كلٍ من العينين نونان

نونان نونان لا نونان تُكتبُ   وفي كل من النونين عينان

هل فهمت معنى كلمة "عين" في هذين البيتين؟ وهل عرفت معنى كلمة "نون" أيضاً؟ فكّر. إنك ستجد معناها واضحاً من السياق. فكلمة عين هنا تعني "عين الماء"، وليس أي معنى آخر من معاني العين. وأما النون فهو "السمك". ولذلك سمي سيدنا يونس عليه السلام بذي النون لأن سمكة كانت قد ابتلعته. وأما معاني هاتين الكلمتين فأصبح يعني: هناك عينان من عيون الماء (الغدير)، وفي كل عين منهما تجد سمكتين، ولكل سمكة بالطبع عينان.

فالمشكلات أو المعيقات الدلالية، في هذا المعنى، أمر طبيعي في المجتمع نظراً للتباين الثقافي والاجتماعي والتعليمي والطبقي والاقتصادي بين الأفراد. ولكننا نجده بشكل أوضح حين يسافر أحدنا إلى مجتمع غربي حيث تتباين الثقافات، وتختلف

دلالات الكلمات والرموز. وهنا علينا أن نتوقع وجود عرقلة أو مشاكلات في عملية الاتصال.

كيف نتعامل مع هذا النوع من المشكلات الاتصالية؟ عليك أن لا تفترض فهم الآخرين لما تقول، فاعمل جهدك أن توضح ما تقصد إذا شعرت أن المتلقي بدأت عليه علامات الحيْرة، الاستغراب والاستهجان. هذا من جهة، ومن جهة أخرى عليك أن تستوضح عن كل ما لا تفهمه إذا كنت متلقيا.

غموض المعاني Ambiguity:

تعني هذه المشكلة أو الحاجز الاتصالي اختيار المرسل لبعض الكلمات غير الواضحة أو المبهمة أو الصعبة بهدف إبهار المستمع بثقافته. وهذا خطأ فادح؛ لأن ذلك لن يسهل عملية الاتصال بينهما بل سيعقدها ويعمل على نفور المستمع من المتحدث. لذا، عليك أن تبتعد عن هذا الغموض وذلك باختيارك الكلمات المفهومة والواضحة لدى المتلقي، أو تعيد ما قلته بجملة أو جمل جديدة تستبدل فيها الكلمات الصعبة غير المفهومة بكلمات أخرى مفهومة، فإن بدت علامات الارتياح على وجه المتلقي فاعلم أنه فهمك(19).

التشويش النفسي:

ونعني به الحالة النفسية التي نكون عليها أثناء اتصالنا بالآخرين وتؤثر سلباً على هذا الاتصال. فقد اتضح في الدراسات النفسية أن اتصال الاخرين بنا أو اتصالنا بهم يتأثر بالحالة النفسية التي نعيشها أو نختبرها عند الاتصال كالغضب أو التعب، أو الإرهاق، أو الحزن، أو الإحباط، أو الفرح الزائد أو السعادة الغامرة إلخ. فهذه الحالات الوجدانية والشعورية، سواء الإيجابية أو السلبية منها، ستعكس نفسها على طريقة اتصالنا بالآخرين وعلى نتائج هذا الاتصال بهم، لذا، احذر أن تتصل بغيرك وأنت في إحدى هذه الحالات أو حالات أخرى مشابهة، وتجنّب كذلك أن تتصل بغيرك وهو في إحدى هذه الحالات. فاتصالكما هنا لن يفضي إلاّ إلى نتائج غير

مرغوبة بحكم هذا التشويش النفسي الذي يمر به أحدكما أو كلاكما؛ إذ من الأجدر والأفضل إرجاء الاتصال إلى وقت آخر تكون فيه أنت أو الآخر في وضع نفسي مستقر ومتوازن.

التشويه الإدراكي:

يعدّ الإدراك عملية عقلية معقدة، تقوم على استقبال ما يأتينا من رسائل من العالم الخارجي، ثم تصنيف هذه الرسائل وتحليلها وتفسيرها ثم الاستجابة لها. وتتأثر ردود أفعالنا/ استجاباتنا بما تلقيناه من الآخرين على هذه العمليات المعقدة والمتشابكة. إذ قد يقع خطأ ما في إحدى هذه العمليات المعرفية (الاستقبال، التصنيف، التحليل، التفسير)، وقد نسيء فهم كلمة ما أو نفسرها بطريقة غير التي قصدها المرسل فينتج عن ذلك اضطراب في اتصالنا معه.

التنميط الاجتماعي Social Stereotyping:

تقوم الصور النمطية التي نحملها في أذهاننا عن الآخرين بإعاقة الاتصال بيننا وبينهم وتشكل حاجزاً وسداً يحول دون فهمنا لهم على حقيقتهم

الأطر المرجعية (Frame of Reference):

حين نتصل مع بعض الناس فإننا ننطلق من أطرنا المرجعية التي تعمل على توجيه تفاعلنا واتصالنا بهم. وأطر الفرد المرجعية كثيرة. فقد يكون الدين، أو الانتماء السياسي أو الحزبي أو المذهبي أو القومي كان هذه الأطر لا توجّه اتصالنا بالآخرين فحسب، بل تؤثر على أحكامنا على سلوكاتهم وآرائهم ومواقفهم. فإن بدا من أحدهم سلوك أو موقف مخالف لهذه الأطر- أي اختلف مع أطرنا نحن- فإننا نميل إلى تشويه هذا السلوك أو الموقف، أو إساءة مقاصدهم. وهنا تكون أطرنا المرجعية قد حالت دون وصول رسائل الآخرين إلينا بوضوح، وكانت بمثابة حاجز اتصالي بيننا وبينهم.

الحساسية المفرطة (Hypersensitivity):

تتسم بعض الشخصيات بسمات (Traits) أو خصائص شخصية مفرطة في الحساسية مثل كثرة الخجل، أو سرعة البكاء، أو الخوف الزائد عن الحد. هذه السمات أو غيرها تؤثر على اتصالهم بنا أو اتصالنا معهم. فقد تكون لدى بعض الأفراد سمة الخجل الزائد عن الحد مثلاً، لذا نجده يتأثر تأثراً بالغاً من مجرد سماعه لكلمة ما لا تعجبه فيستجيب باستجابة غير متوقعة منه كالبكاء أو الانسحاب من الموقف، أو التلعثم في الكلام أو احمرار الوجه أو ارتجاف قدميه إلخ من الردود غير الطبيعية لمثل تلك الكلمة[20].

إيماءات الجسد غير اللائقة (Improper Body Language):

يعدّ الاتصال الجسدي (غير اللغوي) في غاية الأهمية في عملية التواصل الاجتماعي. إذ تفوق أهميته الاتصال اللغوي في أحايين كثيرة. ومع ذلك فمعظمنا قد لا ينتبه أو لا يقدر هذه الأهمية في الاتصال اليومي مع الآخرين. انظر ماذا يحدث مثلاً بينك وبين صديق لك، أو بينك وبين أستاذك أو مدير عملك حيث تجلس قبالته على كرسي وتضع إحدى رجليك في وجهه؟ أو حين يتحدث جندي مع رئيسه ويداه في جيبه، أو تذهب إلى عزاء، لا قدر الله، وتجلس بين المعزين تضحك وتعلك على سبيل المثال؟ هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد نسيء فهم حركة أو إيماءة صدرت من بعض الأشخاص، أو يسيء الآخرون ما قد يصدر عنا من بعض الوقفات أو الحركات أو الإيماءات. لاشك أن هذا كله سيسيء إلى العلاقة التي تربطنا بهم.

نفاذ الصبر (Impatience):

يؤدي التسرع في الاستنتاجات أو إصدار الأحكام على الآخرين قبل إنهاء حديثهم أو قبل الإلمام بقدر معقول من المعلومات عنهم وعمّا يقولونه، أو إصدار التعليقات الجانبية أثناء حديثهم إلى إزعاجهم وتوترهم وربما توقّفهم عن الاتصال. لذا

تجنّب هذه العادة السلوكية غير المحببة، والتزم بالمقابل بمبدأ التروي وتأجيل التعليق أو إصدار الحكم على الآخرين حتى ينتهوا من حديثهم.

تصيُّد الأخطاء (Fault Finding):

الاتصال، كما تعلم، عملية هادفة يسعى أطرافها جراء القيام بها إلى تحقيق بعض الأهداف أو تلبية بعض الحاجات. لكن هذه الأهداف لن تتحقق في كثير من الحالات لأن بعض أطرافها يتصيد أخطاء الآخر ويركز عليها، ويعامل زلة بسيطة أو خطأ صغيراً صدر عن الآخر بمثابة "مشكلة" أو "ذنب فادح" أو "حماقة كبرى" ارتكبها ذلك الشخص. وهذا بالطبع أمر غير مقبول في الاتصال؛ لأنه لا يدفع بهذه العملية إلى الأمام.

لذلك، عليك أن تركز على معالجة الموقف وتعمل على تحسين العلاقة بينك وبين المتلقي، ثم عليك أيضاً أن تضع الهدف من اتصالكما هو الغاية القصوى التي تسعيان إليها، وليس تصيّد الأخطاء والتركيز عليها[21]. وعليك أيضاً أن تناقش الأخطاء أو الهفوات أو الزلات مع الآخر. إن فعلت ذلك فأنت تتحلى بصفة هي من أهم الصفات التي يتطلبها الاتصال الناجح والفاعل وهي التسامح (Tolerance). لذلك تذكر أن تتسامح مع زلات الآخرين وعدّ هذه الزلات أو الأخطاء أمراً طبيعياً يتعرض له كل فرد منا بما فيهم أنت. فإذا حاسبت الآخرين على كل صغيرة أو كبيرة، فسيأتي عليك يوم قد لا تجد فيه صديقاً يقف إلى جانبك في حالة ارتكابك لهفوة أو خطأ ما. تذكر قول النابغة الذبياني حين طلب الصفح والعفو من النعمان بن المنذر ملك الغساسنة:

أتاني أبيت اللعن أنك لُمتني   وتلك التي أهتم منها وأنصب

فبت كأن العائدات فرشن لي   هراساً يُعلى فراشي ويقشب

ولست بمستبق أخا لا تلمه   على شعث أي الرجال المهذ

وتذكر قول بشار بن برد:

إذا كُنتَ في كُلِّ الأمور مُعاتِباً صَديقَكَ لَم تلقَ الَّذي لا تُعاتِبُه
فعش واحِداً أو صِل أخاكَ فإنَّهُ مُفارِقُ ذَنبٍ مَرَّةً وَمُجانِبُه

مقاطعة المتحدث (Interruption):

إن أكثر ما يزعج المتحدث، وربما يغضبه، هو مقاطعة الآخرين أثناء الحديث. فالمقاطعة والتدخل والاستفسارات والمداخلات الكثيرة وغير المبررة تؤدي إلى توتر المتحدث، وقد تقود في النهاية إلى توقّف الاتصال. لماذا؟ لأن مقاطعة المتحدث قد تعني له الكثير على المستوى النفسي:

عدم احترامنا وتقديرنا له أو لحديثه، الاستخفاف بما يقول، عدم الاهتمام به أو بما يقول، عدم تشجيعه على الاستمرار بالحديث، إحساسه بالذنب، اهتزاز الثقة بالنفس، عدم السيطرة على النفس، عدم الرغبة أو الاهتمام بما يقول (تفاهة الموضوع)، إحساسه بضحالة معرفته وجهله بالموضوع، قطع العلاقة، عدم التعاطف، عدم احترام حقه بالتحدث.

وأما على المستوى الفكري فقد تؤثر المقاطعة على:

تدفق الأفكار وانسيابية المعاني، وتشويش الفكر واضطرابه، تنسيق الجمل وتنظيمها وترابطها ومنطقيتها وترتيبها والتحكم بها، وتشتت التركيز والانتباه، والسيطرة على الموقف والتحكم بمجريات الأمور.

تأمّل في هذه الحالات النفسية والفكرية التي تتركها المقاطعة على نفسية المتحدث وعلى فكره. هل مررت بإحداها؟ أتمنّى أن لا تكون قد مررت بموقف من المواقف خبرت به حالة نفسية أو فكرية من الحالات السابقة، أو أكثر، فهي صعبة جداً ومؤلمة ولأنها كذلك فتجنب أن تسببها أنت للآخرين. لذا، عليك أن تتحلى بفضيلة الصبر والتروي وعدم مقاطعة الآخرين حتى تبقى خيوط الاتصال بينك وبينهم متينة وقوية ومستمرة.

مراجع الفصل

(1) عبد الغني عماد (2006) سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والإشكاليات... من الحداثة إلى العولمة. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

(2)Ruben ،B. (1984). Communication and Human Behavior. New York: Macmillan Publishing Company.

(3) محمد عبد الحميد (1997) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب .

(4) McQuail. D and Sven Windahl (1981). Communication Models For The Study Of Mass Communications. London: Longman.

(5) كما وردت في: غسان يعقوب وجوزف طبش (1979). سيكولوجيا الاتصال والعلاقات الإنسانية. بيروت: دار النهار.

(6) عزمي منصور (1987). الحياة وقفة عز. عمان: دار إشراق للنشر.

(7) حسن مكاوي وليلي السيد (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

(8) المرجع السابق.

(9) المرجع السابق.

(10) صالح أبو إصبع (1995) الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. ط.1 عمان: دار أرام للدراسات والنشر.

(11) انشراح الشال (1985) مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي. القاهرة : مكتبة نهضة الشرق.

(12) McQuail ،D. ،and Sven Windahl (1981). Communication Models For The Study of Mass Communication. London:Longman.

(13)McQuail, D. (1989). Mass Communication Theory: An Introduction. Second Edition. SAGE Publication.

(14) المرجع السابق.

(15) المرجع السابق.

(16)DeVito,J(1989). The Interpersonal Communication Boo;.Fifth Edition ,New York: Harper and Row Publisher.

(17)Berko, R. Andrew Wolvin, and Dalyn Wolvin (1989). Communicating: A Social and Carrer Focus Fourth Edition. Boston: Houghton: Mifflin Company.

(18) ديفيتو. مرجع سابق

(19) الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (1999). مهارات الاتصال الفعال. عمان. الأردن.

(20) المرجع السابق.

الفصل الثاني

التواصل الاجتماعي

من الإشارات إلى الشبكات

الفصل الثاني

التواصل الاجتماعي: من الإشارات إلى الشبكات

مقدمة

التواصل الاجتماعي: الأنواع والمستويات

العلاقات الثنائية الحميمة: كيف تبنى وكيف تنهار

نظريات تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية

التواصل عبر شبكة الإنترنت

التواصل عبر الإنترنت: المزايا والسلبيات

مواقع التواصل الاجتماعي

المراجع

الفصل الثاني

التواصل الاجتماعي: من الإشارات إلى الشبكات

"الإنسان ليس إلا عروة من العلاقات، والعلاقات وحدها هي الأساس بالنسبة إلى الإنسان".

ميرلوبونتي

مقدمة

تعددت الوسائل وتباينت الطرق التي انتهجها الإنسان عبر مسيرته الاتصالية الطويلة من أجل تيسير سبل تواصله مع الآخرين. وقد امتدت هذه المسيرة عبر آلاف السنين، واتخذت أنواعا مختلفة وأشكالا متباينة من حيث تطورها ومستوى رقيها ودرجات تعقيدها؛ فقد عكست كل مرحلة من المراحل التي مرت بها هذه الوسائل مدى التطور والتقدم الذي طرأ على الفكر الإنساني في مجال التواصل الاجتماعي. ويمكننا القول: إنّ هذه المسيرة الاتصالية ابتدأت بشكل بدائي بسيط، وانتهت بشكل معقد ومتطور؛ أي أنها ابتدأت بتواصل الإنسان مع غيره من خلال الإشارات، وانتهت بالاتصال عبر شبكات الإنترنت.

ولقد بدأ الإنسان البدائي تواصله مع الآخرين من خلال الإشارات والعلامات والإيماءات البسيطة، ولغة الجسد، والأصوات كالهمهمة والصراخ والدمدمة، وانتقل بعدها إلى التواصل بواسطة الرموز التصويرية من خلال الصور والرسومات البدائية التي كان يحفرها على الحجارة. ثم انتقل في مرحلة لاحقة (خلال ملايين السنين) إلى عصر الكتابة التصويرية (Pictographic Symbols)؛ حيث بدأت الكتابة التصويرية باستخدام الصور والرسومات المعبرة في الكتابة على المعابد والمقابر وفي تسجيل الأحداث المهمة عن طريق حفرها على الحجارة، تلك الكتابة التي خرج من باطنها الكتابة الهيروغليفية[1]. وكان كل رمز أو رسم في تلك المرحلة يعني فكرة معينة. وفي

هذه المرحلة طور السومريون والمصريون الكتابة بالرموز الصوتية التي تعتمد على استخدام الحروف للتعبير عن المنطوق الصوتي.

وقد خطا الإنسان في مرحلة لاحقة خطوات مهمة في مسيرته التواصلية، أنجز فيها الكثير من أساليب التواصل وفي مقدمتها الطباعة التي تعدّ خطوة متقدمة وإنجازا تاريخيا مذهلا في مسيرة التواصل الإجتماعي. فمع تطوّر الكتابة تطورت الوسائل التي يتم الكتابة عليها، فقد استخدم المصريون الحفر على الحجارة، واستخدم السومريون العصا المدببة للكتابة على ألواح الطمي، واكتشف المصريون الكتابة على أوراق البردي(papyrus)، واكتشف الصينيون الورق ونقلوه إلى العالم، ثم انتشر الورق في أوروبا[2]. واستطاع العرب المسلمون اكتشاف سرّ مهمة صناعة الورق في القرن الثامن للميلاد حين احتكوا بالصينيين، وأضافوا إلى هذه الصناعة الكثير من الأسرار والمواد المصنوعة منها، منتجين أول مصنع من نوعه لإنتاج الورق في سمرقند ودمشق ومصر والغرب[3].

وتوالت مسيرة الاتصال الإنساني وتعمقت باختراع العالم الألماني جوتبرج الطباعة مستخدما آلة نجح في تشغيلها عام1436؛ إذ تمكن هذا العالم من اختراع طريقة للطباعة بالألواح المعدنية المتحركة، وكان الإنجيل أول ما تمت طباعته على هذه الماكنة أو الآلة. ومع بداية القرن السادس عشر بدأت الصحافة الورقية المطبوعة تنتشر في بعض أجزاء من العالم. ويعد استخدام الحَمَام الزاجل (Carrier Pigeon) في نقل الرسائل البريدية من خصائص الاتصال في هذه المرحلة، مع العلم بأن العثمانيين هم من استخدموه بكثرة لنقل رسائلهم الرسمية في عام 1150 ميلادية، وقد توالى استخدام هذه الوسيلة الاتصالية في السنوات اللاحقة وبخاصة إبان الثورة الفرنسية.

وتابع الإنسان مسيرته الاتصالية في العصور اللاحقة؛ إذ شهد القرن التاسع عشر اكتشاف المطبعة الميكانيكية. ويعد القرن التاسع عشر بداية ثورة في الاتصالات الجماهيرية والتي اكتمل نموها في القرن العشرين، وواكب ذلك ظهور المخترعات الحديثة مثل التلغراف والتليفون واللاسلكي. وكانت المرة الأولى التي يتم

فيها إرسال نبضات كهرومغناطيسية عبر الهواء دون الحاجة إلى أسلاك حاملة الإرسال الصوتي لمسافات طويلة. وقد عرف هذا الاختراع الجديد بالراديو. ثم بدأت بعدها بعدة أعوام التجارب الأمريكية الأولى لاختراع الخدمات التليفزيونية مستفيدة من الاختراعات السابقة كلها[4]. فقد شهد العام 1927 ولادة السينما الناطقة، وظهر كذلك أول بث تلفزيوني أمريكي عام 1941. وبذا تكون معادلة الاتصال الجماهيري قد اكتملت بشقيها الثقافي والإخباري لتعلن عن دخول البشرية عصر الاتصال الجماهيري المرئي في السينما والتلفزيون.

وتوالت الاختراعات في هذا المجال إلى الحد الذي يمكن معه القول بأن القرن العشرين هو بحق قرن الاتصال الجماهيري؛ حيث تتابعت فيه الاختراعات الإلكترونية بسرعة مذهلة وصلت به إلى البث الفضائي التليفزيوني مستفيدة من تكنولوجيا الأقمار الصناعية.

وكان الاندماج بين تكنولوجيا الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الحاسب الإلكتروني أو الكمبيوتر قمة ما أنتجه العقل البشري لغاية الآن من الاختراعات التي أطلقت الإنترنت والصحافة الإليكترونية وأدخلت الانسانيه إلى عصر تفاعلي بلا قيود وليس له حدود في التواصل بين الناس من كل الأجناس، ثم تغيرت الأدوار أو تداخلت بين عناصر الاتصال، وبات المرسل والمتلقي يتبادلان الأدوار في معظم الأحوال، ويمكن لأي فرد كان توجيه رسالته في أي زمان وإلى أي مكان، وتجمعت الخدمات الاتصالية في توليفة واحدة يمكن من خلالها مشاهدة التلفاز والسينما وكتابة الرسائل الإلكترونية في جهاز التليفون المحمول ويمكن مشاهدة الأفلام السينمائية والقنوات التليفزيونية والمحطات الإذاعية مع مخاطبة العالم كله باستخدامات الانترنت وجهاز الكمبيوتر[5].

وفي الحقيقة، ما من وسيلة من وسائل الاتصال التي أوجدها الإنسان عبر مسيرته الاتصالية الطويلة، كانت قد أحدثت تغيُرات جوهرية في بنية التواصل الاجتماعي في المجتمعات كما فعل الإنترنت. فقد عمل على إحداث تغير في علاقات

الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وتواصلهم بشكل غير مسبوق. صحيح أن كل وسيلة اتصالية أضافها الإنسان إلى الوسائل التي سبقتها عبر التطور التاريخي لتكنولوجيا الاتصال كانت قد أحدثت، في حينها، تغيرات ملموسة في التواصل بين الأفراد، غير أن الخصائص الاتصالية الفريدة التي يتمتع بها الاتصال عبر الإنترنت تجعل منه وسيلة اتصالية متميزة ومتفردة في تاريخ التواصل الاجتماعي، قد لا يجاريه في هذا التفرد أي وسيلة أخرى سوى ذاك التغير الذي أوجدته الحروف الأبجدية في حياة الناس.

لقد جعل الإنترنت العالم الذي نعيش فيه يفلت منا كما تفلت حفنة الماء من قبضة اليد، ويهرب أمام ناظرنا كما يهرب الخيال، نراه ولكننا لا نقوى على الإمساك به. فلا نكاد نألف وسيلة اتصالية جديدة، ونكيّف أنفسنا معها وإذا بوسيلة أخرى أحدث منها تفوقها تطورا، تفرض علينا إعادة تكيفنا من جديد. ويستمر التقدم التقني في هذا المجال هكذا حتى نكاد نفقد سيطرتنا على ما يدور حولنا، ويجعل العالمْ يهرب منا على حد تعبيرعالم الاجتماع المعاصر، أنتوني جيدنز[6].

التواصل الاجتماعي : الأنواع والمستويات

تأخذ عملية الاتصال بين الأفراد أنواعا كثيرة ومستويات عديدة ارتأينا أن نصنفها وفقا للخصائص التي تميز كل مستوى منها من جهة، ووفقا لعدد أو حجم المشاركين في هذه العملية من جهة أخرى.

1- الاتصال الذاتي

الفرد في هذا المستوى من الاتصال هو مرسِل ومتلق معا. أي أن الاتصال في هذا المستوى يحدث داخل الفرد (*Intra personal Communication*)؛ حيث يتضمن أفكاره وتجاربه ومحادثته مع نفسه. وأما طرق اتصال الفرد مع ذاته فتتم بأكثر من طريقة، منها على سبيل المثال الحديث مع الذات ومناجاتها، ومراجعة الذات، إما

بلومها، وعتابها أو نقدها أو تحفيزها، أو تقديرها، أو توبيخها إلى غير ذلك من الطرق. ويؤكد علماء نفس الاتصال على أهمية هذا النوع من الاتصال؛ لأنه برأيهم يحدد شكل استجابة الفرد إزاء ما يستقبل من رسائل من الآخرين. فأي شكل من الأشكال الأخرى التي يستقبلها الفرد إنما يتوقف، كما يقولون، على ما يتمخض من هذه العملية التي تحدث داخل الفرد، أي بينه وبين نفسه. فردود أفعاله أو استجاباته للآخرين تتأثر بالمخزون الإدراكي والمعرفي، وكذلك خبرته واتجاهاته واعتقاداته التي يحملها عن الأشخاص والرموز التي يتعرض لها أثناء تواصله معهم.

2- الاتصال الشخصي

يأخذ الاتصال في هذا المستوى بعدا أوسع من حيث النطاق من المستوى السابق؛ إذ يتطلب وجود شخصين رئيسيين على الأقل (Inter personal Communication) لتشكيل الحدث أو الموقف الاتصالي. ويمكن وصف هذا النوع من الاتصال بشكل عام بإنه اتصال يتم بين مرسِل ومتلق أو مرسل ومتلقين وجها لوجه دون اللجوء إلى أية وسائط اتصال جماهيرية بينهما لنقل رسائلهما من خلالها لبعضهما بعضا.

ويتيح هذا الاتصال للأفراد فرصة ملائمة لتكوين العلاقات والصداقات الحميمة بينهم، ويمكّنهم من التعرف الفوري والمباشر على تأثير ما يقوله كل منهما للآخر عن طريق العملية التي باتت معروفة لديك وهي الاستجابة أو التغذية الراجعة. وعليه فإن فرصة الفرد وقدرته على تعديل رسالته وتغييرها أو التحكم بها فرصة كبيرة في ضوء ما وفرته له الاستجابة.

ويمكن إيجاز خصائص هذا المستوى من الاتصال بما يأتي:

أ- تواجد طرفي الاتصال في مكان واحد مما يتيح لهما الفرصة لرؤية بعضهما بشكل وجاهي .

ب- يتخذ الاتصال هنا بعدا تفاعليا وتبادليا في الأدوار بين الأطراف المتصلة في الموقف الاتصالي

ج- تكون الاستجابة في هذا النوع من الاتصال فورية وتلقائية ومباشرة وغير رسمية، إلا في حالة المقابلات الرسمية.

د- يسمح هذا النوع من الاتصال بالاستجابة بين المرسِل والمتلقي، أي بالتفاعل بين الأطراف المتصلة، لأنه يسير في اتجاهين، مما يتيح مرونة في تعديل الرسائل الاتصالية.

هـ- تستخدم الأطراف المتصلة في هذا النوع من الإتصال حواسها كلها من سمع وبصر وذوق وشم ولمس. أي أنهم يستمعون وينظرون إلى بعضهم بعضا، ويتبادلون النظرات والإيماءات والمعلومات بشكل مكتوب أو مقروء، فضلا عن استخدامهم لغة أجسادهم بأوضاعها المختلفة.

و- بنية هذا النوع من الاتصال غير معقدة، وعليه فلا توجد قواعد صارمة تحكمه.

ز- يعد هذا النوع من الاتصال من أكثر أنواع الاتصال إقناعاً وتأثيراً وذلك للخصائص السابقة التي يتمتع بها.

ح- تتفاوت العلاقات الاجتماعية بين الأطراف المتصلة هنا من حيث مدى قوتها وعمق حميميتها وطول استمراريتها وديمومتها.

ط- تقوم العلاقة بين الأطراف المتصلة في هذا النوع من الإتصال على أبعاد عديدة. فقد تتمحور حول بعد مادي، أو فكري، أو عاطفي- مشاعري، أو فني، أو سياسي، أو ديني أو غير ذلك من الأبعاد الأخرى. وفي الحقيقة، فإن العديد من العلاقات الاجتماعية تبدأ أو تنطلق من هذا النوع أو الشكل من أشكال الاتصال كالصداقة والحب، و الزواج، وعلاقات الجيرة، وعلاقات العمل.

وبسبب الأهمية الخاصة لهذا النوع من الاتصال فقد أولى العديد من الباحثين اهتماما خاصا بالمراحل *(Stages)* التي تمر بها العلاقات الثنائية من بداية تكوينها حتى

نضوجها واكتمالها؛ كما اهتموا في الوقت نفسه بمراحل تدهور هذه العلاقة وانتهائها. وسنقوم بتزويدك بهذه المراحل كما يحددها كل من هايلز وويفر.

العلاقات الثنائية الحميمة: كيف تُبنى وكيف تنهار

تمر العلاقات الحميمة بخطوات أو مراحل عديدة قبل أن تتبلور وتتشكل. ويمكن تلخيص هذه الخطوات أو المراح كما يلي[7]:

المرحلة الأولى: التعارف (Initiating)

وهي المرحلة التي تجمعنا بالآخرين لأول مرة في مكان وزمان محددين؛ فننجذب إلى بعض الأفراد دون سواهم إما بسبب مظهرهم الخارجي، وإما بسبب بعض العوامل في شخصيتهم الجذابة، وإما بسبب الأفكار التي طرحوها في ذلك الموقف. فنقترب منهم، ونتبادل معهم أحاديث عامة غير محددة. وهذه المرحلة أساسية ومهمة في تقرير مستقبل العلاقة الوليدة بين الأشخاص، فإما أن تتوقف عند هذا الحد، وإما أن تتطور وتنتقل إلى مستوى أعلى من الود والحميمية والتجاذب، أي إلى المرحلة الثانية.

المرحلة الثانية: استكشاف الآخر (Experimenting)

بعد أن تعرف الطرفان على بعضهما بعضا في المرحلة السابقة بشكل أولي وبسيط، وبعد أن شعر كل منهما بشعور عاطفي إيجابي نحو الآخر في تلك المرحلة، يحاول كل طرف من أطراف العلاقة هنا الاقتراب أكثر من الآخر لاستكشاف بعض الأمور المشتركة، والاتجاهات المتوافقة والميول والهوايات والأنشطة المتشابهة بينهما لتعميق فرص توطيد هذه العلاقة. ومع ذلك يبقى مجال الاختبار والاكتشاف والتجريب هنا في بعده العام دون الدخول في الشؤون الذاتية الخاصة لكل منهما. وربما تكون علاقات الجيرة أو بعض الصداقات في العمل والمدرسة والجامعة نموذجا

على هذه المرحلة. وإذا ما انسجم هذان الطرفان وتوافقا فإن العلاقة بينهما ستتعمق وستنتقل إلى المرحلة الثالثة.

المرحلة الثالثة: تعميق الاستكشاف وتكثيفه (Intensifying)

يزداد اكتشاف الآخر في هذه المرحلة ويبدأ بالتعمق أكثر فأكثر. فبعد أن كانت العلاقة في المرحلتين السابقتين تحوم حول العموميات، وبعض الأشياء المشتركة بين طرفي العلاقة، تصبح في هذه المرحلة أكثر غوصا في الخصوصيات بحثا عن المشترك الذي سيقوّي العلاقة بينهما ويعمل على نموها وتطورها. ففي هذه المرحلة يبدأ أحد أطراف العلاقة أو كلاهما بالإفصاح أو البوح طواعية للآخر عن الاتجاهات والميول والمعلومات التي كان يخفيها كل منهما عن الآخر في المرحلتين السابقتين. وفي هذه المرحلة أيضا تبدأ العلاقة تقترب شيئا فشيئا من الحميمية والود، وتبتعد تدريجياعن الرسمية والمجاملات. فقد تتشابك أيديهما، وقد يربت أحدهما على كتف الآخر، وقد يقترب منه أكثر أثناء الجلوس أو المشي (إن كان ذلك مسموح به ثقافيا أو دينيا) إلى غير ذلك من الإشارات التي تعكس المودة التي يكنها كل شخص للآخر. وقد تتوقف العلاقة هنا مكتفية بهذا القدر من الحميمية كالعلاقة التي تجمع الأصدقاء، أو قد تستمر وترتقي إلى مرحلة جديدة، هي المرحلة الرابعة.

المرحلة الرابعة: الاندماج (Integrating)

تتقدم العلاقة في هذه المرحلة وتتطور من حيث المشاعر والأفكار بين أطراف العلاقة إلى الحد الذي يسمح لكل طرف منهما بالبوح بشكل أعمق عمّا في نفسه للآخر. أي أن التوافق والانسجام هنا في هذه المرحلة بلغ حدا متطورا يسمح لهما بأن يكونا متميزين ومتوحدين في مشاعرهما وأفكارهما والقرارات التي يتخذانها. وتصبح لغة الحوار والتواصل في هذه المرحلة غير رسمية بأي شكل من الأشكال. فالضمير أنا يُغيب في هذه المرحلة ويتم استبداله بضمير يعكس مدى الانسجام والحميمية بينهما

وهو ضمير نحنُ. ومع كل هذا قد تتوقف العلاقة هنا ويكتفي أطرافها بما حققاه من تقدم عال ومودة كبيرة في علاقتهما. كما أن هذه العلاقة قد تتطور وتصل إلى المرحلة الأخيرة.

المرحلة الخامسة: الارتباط (Bonding)

هذه أعلى المراحل وأعمقها من حيث مستوى التطور في العلاقات الحميمية بين الأشخاص. ففيها تتويج للعلاقة التي بدأت بالتجاذب الخفيف كما في المرحلة الأولى، واستمر بالقوة والاكتشاف والاندماج وانتهى بالارتباط. فقد يعلن هذان الاثنان ارتباطهما واتحادهما رسميا معا، ويبدآن بالتحضير لطقوس الخطبة أو الزواج. كما يبدآن بالتحدث عميقا في قضايا تتعلق بمكان سكنهم الجديد، وبموضوع الإنجاب، وعدد الأبناء، والمدارس التي سيتعلمون فيها حين يكبرون. إلى غير ذلك من المشاعر الحميمة التي تتجسد في هذه المرحلة.

ويؤكد كل من (هايلز ويفر) على التدرج في الانتقال من خطوة إلى أخرى؛ حيث كل خطوة، برأيهما، تعتمد على ما سبقها. لذا علينا التريث وعدم الاستعجال في الانتقال من خطوة إلى أخرى لأن كل خطوة لها التزاماتها وتعتمد على الطرفين، وهذا يعني بأن الذي يقرر الانتقال من مرحلة إلى أخرى ليس طرف واحد، بل الطرفان، لأن النتائج المترتبة عن ذلك تنعكس على الاثنين. لذا، يتوجب علينا، كما يقولان، التريث وعدم التعجل في الانتقال إلى مراحل جديدة ما لم تأتنا تغذية مرتدة أو استجابة من الطرف الآخر. إن البوح أو الإفصاح عن مشاعرك أو أحاسيسك أو أسرارك، يجب أن تتناسب مع الموقف الذي أنت فيه. فلا تفصح عما في صدرك في العلاقات الثنائية، بحجة أنك صريح ولا تستطيع إخفاء مشاعرك نحو الآخر، ما لم تكن عملية الإفصاح متبادلة بينكما. إن هذا النوع من العلاقات تقرره أنت والآخر، وليس أحدكما لأنه يترتب عليه التزامات عديدة على الاثنين.

تدهور العلاقات الحميمة وانهيارها

إذا تأملت في المراحل السابقة تلاحظ أن تطور العلاقة واستمرارها مرتبط بمدى الإشباع والرضا الذي تحققه هذه العلاقة لكلا الطرفين، وستلاحظ أيضا أن استمرارها مرهون بمدى هذا الإشباع لكليهما. ومع ذلك فقد تضعف هذه العلاقة وتخبو وتتراجع وتتدهور حتى تصل مرحلة انفصال الطرفين عن بعضهما بعضاً (*Coming* Apart). وتأخذ عملية الانفصال هذه خمس مراحل، هي المراحل المعكوسة لعملية الارتباط السابقة كما يرى (هايلز ويفر). وسنأخذ العلاقة الزواجية مثالاً على ذلك[8]:

المرحلة الأولى: بروز الخلافات (Differentiating)

إن الخلافات في العلاقة الزوجية أمر ملازم لها، وعلى كلا الطرفين اللذين قررا الدخول في هذه العلاقة توقعها. فمن المتوقع، بل والطبيعي، أن تتعرض العلاقات الحميمية إلى بعض الخلافات والمشكلات التي تواجه الطرفين اللذين قررا الارتباط، وبخاصة في الشهور الأولى. وبعض هذه الخلافات يعود إلى ما يتطلبه الدور الجديد من كلا الطرفين في العلاقة الجديدة، وبعضها الآخر قد يعود إلى أن مرحلة استكشاف الآخر في مراحل بناء العلاقة بينهما لم تكن دقيقة، أي أن أحد الأطراف كان يخبّئ بعض الأشياء عن الآخر، ولم يفصح له عنها في تلك المرحلة.

وبعض هذه الخلافات من النوع السهل الذي يمكن تجاوزه والتعامل معه. ولكن قد تظهر هناك خلافات تصل حد الصراع بينهما مما يعيق تقدم العلاقة الودية بينهما. فيبدأ كل طرف بتوجيه اللوم للآخر، ويتنصل من مسؤولية ما يحدث، ويحملها للآخر. ونتيجة لذلك يسود جو من عدم اليقين وعدم الارتياح حول ما يحدث يدفع كلّ واحد منهما إلى إثارة بعض الأسئلة بينه وبين نفسه: ما الذي يحدث؟ هل أنا حقا من يتحمل مسؤوليته؟ أين ستنتهي بنا هذه العلاقة؟ هل أعترف أنني أتحمل المسؤولية لأنهي الخلاف وتعود المياه إلى مجاريها؟ أسئلة كثيرة يسألها الأزواج بينهم وبين أنفسهم دون

حد المرض النفسي أو النفس- جسمي. ويتوقف استمرار هذا الوضع بينهما على عدة متغيرات اجتماعية ومادية وثقافية.

المرحلة الرابعة: التجنب والتفادي(Avoiding)

في هذه المرحلة يصل حد الانفصال الروحي والجسدي ذروته؛ إذ يتجنب كل منهما التواصل والتحدث والتفاعل الوجاهي مع الآخر، كما يتجنبان إلى حد كبير القيام بأعمال ونشاطات مشتركة: كل منهما يأكل وحده، ويشاهد التلفاز وحده، ويشتري أشياءه الخاصة به دون أن يشرك الآخر بها. لقد تحول البيت الدافئ الذي جمعهما إلى مجرد منامة.

المرحلة الخامسة: الانفصال أو انهاء العلاقة (Terminating)

في هذه المرحلة يبحث الزوجان، أو أحدهما، عن طريقة ينهيان بها علاقتهما التي تتسم بالجمود والركود والفتور؛ إذ لم تعد تعني لهما هذه العلاقة أي شيء، ولم تعد تشبع لديهما ما اتفقا عليه. إنها مرحلة تتصف بالصعوبة والضيق والتوتر، وقد تصل حد البكاء عند أحدهما، وفي حالات أخرى قد تصل حد الفرح والشعور بالفرج. ومهما يكن، فإن إنهاء العلاقة بينهما يترتب عليها واجبات وحقوق لا بد من التعامل معها.

ويجب التأكيد هنا بأنه ليس من الضروري التدرج في هذه الخطوات خطوة خطوة. فقد تعصف المشكلات والخلافات بالعلاقة مرة واحدة بحيث لا يكون بمقدورهم الاستمرار في العلاقة، أو يخبرون هذه المراحل خطوة خطوة.

والأمر الآخر الذي يمكن لفت النظر إليه هو أن الخلافات أو الصراعات ليس لها فترة زمنية تظهر فيها. فقد يخبر الزوجان هذه المشكلات في أي فترة من زواجهما بصرف النظر عن عمر علاقتهما معا.

3- الاتصال بين الجماعات الصغيرة

يتميز هذا المستوى من الاتصال بنطاق أوسع وحجم أكبر من حيث عدد المشاركين فيه من المستويين السابقين، وذلك كما هو الحال في جماعات زملاء الدراسة، والاجتماعات، والندوات محدودة العدد، وجماعات الأصدقاء، وما شابه ذلك من الجماعات الأخرى التي تتسم بعدد غير كبير من الأشخاص (Small Group) Communication. ويتسم هذا النوع من الاتصال بالخصائص نفسها التي يتميز بها الاتصال الشخصي، مع فارق بسيط وهو وجود عدد أكبر من الأفراد في الموقف الاتصالي بالطبع. فهو اتصال لا يخرج عن الاتصال المواجهي المتميز بالتفاعل، والمرونة، وتبادل الأدوار، والعفوية، والمباشرة في تبادل الرسائل بشكل آني بين الأفراد، وإتاحة الفرصة أمام أطراف الاتصال جميعهم للمشاركة والتفاعل في الموقف الإتصالي[9]. صحيح أن ضبط الموقف الاتصالي والسيطرة عليه يكون في يد المرسل في هذا النوع من الاتصال، غير إن هذا الأمر لا يجعل العملية الاتصالية فيه تخرج عن الخصائص السابقة التي تتميز بها هذه العملية في الاتصال الشخصي.

4- الاتصال العام

ويسمّى هذا النوع من الاتصال أحيانا بالاتصال الجمعي (Public Communication)، أي أن نطاقه أوسع بكثير من المستويات السابقة. فحجم المشاركين هنا كبير مما يجعل عنصر التنظيم الداخلي غير الرسمي بينهم أمراً ضروريا ومتطلبا ضروريا لإنجاح العملية الاتصالية. ورغم العدد الكبير للمشاركين في العملية الاتصالية فإن ذلك لا يعني غياب عنصر التفاعل بينهم ولكن في حدود الموقف الاتصالي؛ كما أنه يتميز أيضاً بوحدة الاهتمام والمصلحة والالتقاء حول الأهداف العامة. كما هو الحال في المحاضرات العامة والندوات والأمسيات الثقافية ذات الأعداد الكبيرة، وعروض المسرح.

5- الاتصال الجماهيري

يسمى هذا الاتصال بالجماهيري تعريف هذا النوع من (Mass Communication) لأن القائم بالاتصال يبث رسائل متعددة ومستمرة من خلال الوسائل الآلية والإلكترونية إلى أعداد ضخمة وكبيرة وغير متجانسة من المتلقين بهدف التأثير فيهم. ويعدّ هذا المستوى من الاتصال، في ضوء هذا المفهوم، أعقد من مستويات الاتصال السابقة، أعني الاتصال الشخصي والاتصال بين الجماعات الصغيرة أو الاتصال العام: فالمرسل هنا، أو القائم بالاتصال ليس فردا كما في المستويات السابقة، بل مؤسسة أو منظمة تضم عددا كبيرا من المحترفين الذين يشغلون مناصب مختلفة ويؤدون أدوارا متباينة ولكنها متكاملة.

ويرتبط ظهور وسائل الاتصال الجماهيرية، في الحقيقة، بظهور ما يسمى بالمجتمع الجماهيري في المجتمعات الغربية؛ حيث أزداد حجم السلوك الجماهيري، وازدادت أهميته في ظل انتقال المجتمعات الغربية إلى العيش في ظروف الحياة الحضرية نتيجة للثورة الصناعية وما تمخض عنها من تغيرات في أنماط المعيشة[10].

لقد دفعت ظروف الحياة الحضرية والصناعية في المجتمعات الجماهيرية الإنسان ليعتمد على وسائل الإعلام اعتمادا كبيرا بعدّها بديلا عن الروابط الاجتماعية التقليدية كالأسرة والأهل والجيران، وعلاقات القرابة. فقد كانت الروابط الاجتماعية التقليدية التي اتصفت بها المجتمعات الغربية قبل ظهور المجتمعات الجماهيرية تمنح الفرد الكثير من الدفء والمشاعر، وتشعره بالأمان النفسي والاجتماعي، وتحسسه بالطمأنينة النفسية والاجتماعية. وتغلب على هذا النوع من المجتمعات، في الحقيقة، سمات عديدة، أبرزها :

أ- شعور الفرد بالوحدة والانعزال: يشعر الفرد في هذا النوع من المجتمعات بالعزلة النفسية بسبب الفتور أو الضعف في علاقاته الحميمة والقرابية التي كانت سائدة قبل ظهور هذا النوع من المجتمعات.

ب- تدني مستوى المشاعر الشخصية بين الأفراد عند تفاعلهم مع بعضهم بعضا.

ج- التحرر النسبي للأفراد من الالتزامات الاجتماعية العامة[11].

وهكذا، إذا، لم يكن لجوء الفرد في المجتمعات الجماهيرية إلى وسائل الاتصال الجماهيرية أمرا مستغربا، بل هو متوقع. فلا مناص على ما يبدو أمام الأفراد في مثل هذا النوع من المجتمعات سوى اللجوء إلى وسائل الإعلام الجماهيرية والاعتماد عليها لعلها تساعدهم في التخلص من مشاعرالوحدة والانعزال والقلق الذي بدأوا يشعرون به ويعتري علاقاتهم الشخصية والاجتماعية بسبب تفتت العلاقات الحميمة، والعلاقات الأسرية والقرابة التي كانت سائدة قبل ظهور هذا النوع من المجتمعات. وبالإضافة إلى ذلك نجد الأفراد يلجأون إلى وسائل الاتصال الجماهيرية في المجتمعات الغربية لأنهم يجدون فيها وسيلة من وسائل التسلية والترفيه والاستمتاع والراحة والطمأنينة التي بدأوا يفتقدونها في هذه المجتمعات.

وبناء على هذه الأهمية لوسائل الاتصال الجماهيرية كان لا بد لهذه الوسائل من أن تضطلع بالدور المنوط بها، وتقوم بالوظائف المسنودة إليها. وقد أولى الباحثون جلّ اهتمامهم لهذه الوظائف والأدوار، وبخاصة (لازويل، وتشارلز رايت، وشرام، وماكويل، ودوفلور)، وغيرهم، وعددوا الكثير منها وبشكل خاص: الوظيفة الترفيهية، والإعلامية، والتماسك الاجتماعي، والتعليم والتنشئة الاجتماعية، والتسويق، والدعاية، ودعم الهوية الوطنية. وكنا قد ذكرنا هذه الوظائف بالتفصيل في الفصل السابق.

وفي ضوء هذا الفهم لوظائف المؤسسة الإعلامية، فإننا نجدها تقوم بإعداد رسائل إعلامية متعددة ومتنوعة (ثقافية، واجتماعية، ومعرفية، وسياسية، وترفيهية، واقتصادية، وصحية، وتربوية، وبيئية إلخ) من أجل بثها وإرسالها إلى أعداد ضخمة من المتلقين، يصعب حصر عددهم وذلك عبر قنوات أو وسائط أو وسائل إلكترونية أو آلية (الصحافة، والراديو، والتلفاز، والسينما، والمسرح، والملصقات، والمنشورات، والمطبوعات إلخ) بهدف التأثير فيهم في أمر ما أو موضوع ما أو قضية ما.

وتتمتع المؤسسة بقدرة مالية كبيرة، وإمكانية تكنولوجية واقتصادية هائلة، وسرعة فائقة على انتاج عدد ضخم من الرسائل تكون موجّهة لجمهور كبير غير متجانس من الأفراد. ويمتاز هذا النوع أو المستوى من الإتصال بمميزات عديدة، أبرزها: التنظيم، وقوة التاثير لما يتمتع به من دقة، وعمومية ؛حيث تتسم الرسائل بالعمومية لتناسب جميع طبقات المجتمع، واستخدام التكنولوجيا، وتنوّع الرسالة لتناسب اهتمامات الفئات العمرية والاجتماعية والثقافية المتباينة[12].

ويجب التنويه هنا إلى أن صياغة الرسالة الإعلامية في المؤسسة الإعلامية ليست بالأمر الهيّن كما في مستويات الاتصال السابقة. إنها أعقد من ذلك بكثير، ذلك لأن إعدادها وصياغتها بحاجة إلى محترفين أو مهنيين لديهم دراية واسعة بأساليب التواصل مع الجماهير، والأسس العلمية والنفسية لمخاطبة الرأي العام، والمبادئ العلمية لآليات التأثير على هذه الجماهير. لذا، تتعرض الرسائل الإعلامية في مؤسسة الاتصال الجماهيري إلى عمليات رقابة بالغة الدقة يتم التحكم فيها من خلال أشخاص يسموّن "حراس البوابة" أو الرقباء *(Gatekeepers)*.

وحرّاس البوابة من هذا المنطلق، هم أشخاص يتحكمون في اختيار المضامين الإعلامية. وكان عالم النفس (كيرت ليفن) هو أول من استخدم مصطلح حارس البوابة فهو، برأيه: أيّ شخص أو مجموعة منظمة بشكل رسمي ومتصلة مباشرة بعملية ترحيل أو نقل المعلومات من فرد لآخر عبر وسيلة اتصال[13]. وللحارس البوابة في الاتصال الجماهيري ثلاث وظائف، كما يرى بتنر هي:

أ- تحديد المعلومات التي نتلقاها عن طريق تحرير هذه المعلومات.

ب- زيادة كمية المعلومات التي نتلقاها عن طريق توسيع بيئتنا الإعلامية.

ج- إعادة تفسير المعلومات.

إن عملية التحكّم والضبط التي يمارسها حرّاس البوابات أو الرقباء الإعلاميون يجعل العملية الاعلامية بحاجة إلى خبراء ومحترفين في إعداد الرسائل الاعلامية

وتحريرها، ويجعل من العملية الاتصالية نفسها أمرا في غاية التعقيد، ومن تأثيراتها على المتلقين قضية خلافية شائكة.

نظريات تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية

قبل أن نشرع بتقديم نظريات تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية لا بد من توضيح أمرين في غاية الأهمية، هما:

أ- إن عملية السرد التاريخي التي سنعرض من خلالها لنظريات تاثير وسائل الإعلام قد لا تحظى بقبول جميع الباحثين في هذا المجال. فما قد ندرجه من مداخل فرعية تحت نظرية ما من هذه النظريات قد نجده مدرجاً تحت نظرية أخرى في بعض الأدبيات بهذا الشأن، ذلك لأن المكان المناسب لهذا المدخل الفرعي أو ذاك تحت هذه النظرية أو تلك، أمر خلافي بين الباحثين[14]. وحتى نتجنب ذلك قدر الإمكان لجأنا إلى الترتيب الذي يحظى بقبول الأكثرية منهم وبخاصة الباحث (ملفن دوفلور وساندرا بول روكيش) في عملهما المميز نظريات وسائل الإعلام[15].

ب- وأمّا الأمر الآخر الذي لابد من توضيحه فهو تعدد الآراء وغزارة النظريات والمداخل التي تناولت مسألة التأثيرات التي تتركها وسائل الاتصال الجماهيرية على الأفراد؛ فهناك من الباحثين من انشغل بدراسة التأثيرات من حيث المدى الذي تتركه على الأفراد والمجتمع: هل هو قصير أم طويل؟ وهناك من انشغل بدراسة هذه التأثيرات من حيث كونها مباشرة أم غير مباشرة؟. وهناك أيضا من صبّ جهده وأولى اهتمامه بجانب آخر من جوانب التأثير، وهو الجانب المتعلق بنوع التأثير: هل هو تأثير على المستوى العاطفي؟ أم المعرفي؟ أم السلوكي؟.

وهناك مجموعة أخرى من الباحثين انشغلت بجانب آخر من جوانب التأثير وهي الشروط التي يجب توافرها حتى يتم التأثير. وفي هذا الصدد انبرى قسم منهم لدراسة العوامل التى تتصل بالمصدر الاتصالي، وقسم آخر منهم ركز على العوامل المتعلقة

بالبيئة الاجتماعية التي يتم فيها مثل هذا التأثير، في حين نجد فئة أخرى منهم انشغلت بعوامل التأثير ذات العلاقة بالرسالة الاتصالية ومحتواها المعرفي، وفي الوقت نفسه نجد مجموعة منهم تصدت للعوامل المتعلقة بمتلقي الرسالة الاتصالية وخصائصه.

ونظراً لهذا التشعب والتمايز والتعدد في اهتمامات الباحثين في طبيعة تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية، فإننا لن نزج بأنفسنا في هذا الخضم، بل سنعرض للنظريات الكبرى التي عالجت مسألة التأثيرات ورؤية كل واحدة منها لكل مسألة فرعية من المسائل السابقة وفي هذا الخصوص نجد النظريات الآتية:

1- نظرية التأثير القوي

تعدّ هذه النظرية من وجهة النظر التاريخية أقدم النظريات التي حاولت تقديم تفسير لمسألة تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على الأفراد؛ حيث ساد في مطلع العشرينات والثلاثينات من القرن المنصرم اعتقاد بقوة هذه الوسائل في التأثير على الأفراد ذهب بعضهم إلى تشبيهه بالطلقة السحرية. ويعتقد دعاة هذا المدخل أن وسائل الاتصال الجماهيرية تتمتع بنفوذ قوي ومباشر وفوري في تأثيرها. فلديها القدرة على حملهم على تغيير آرائهم واتجاهاتهم الوجهة التي يرغبها القائم بالاتصال[16].

ولقد بنى أصحاب هذه النظرية اعتقادهم بقوة وسائل الاتصال الجماهيرية في التأثر على الأفراد، على بعض الافتراضات النفسية والاجتماعية المستمدة من علمي النفس والاجتماع السائدة آنذاك. ففي المجال النفسي ساد الاعتقاد بأن الأفراد إنما تحركهم عواطفهم وغرائزهم التي ليس بمقدورهم السيطرة عليها بشكل إرادي، فإذا ما استطاعت وسائل الاتصال حقنهم بمعلومات معينة تخاطب هذه الغرائز والمشاعر فإنهم سيتأثرون مباشرة بهذه الحقنة الاتصالية وسيستجيبون لها فوراً. ويدللون على ذلك بقوة التأثير الذي أحدثته الدعاية الألمانية التي صممها وزير الدعاية آنذاك جوبلز.

وأمّا على المستوى الاجتماعي فقد ساد اعتقاد أيضاً بأن الأفراد في المجتمعات

الجماهيرية- الصناعية هم مخلوقات سلبية ومعزولة عن بعضها بعضاً نفسياً واجتماعياً، ولا توجد بينهم روابط قوية تجمعهم في هذه المجتمعات. لذا، فهم فريسة سهلة لا يوجد من يحميها أمام ما تمارسه وسائل الاتصال عليهم من تأثيرات بغياب هذه الروابط والعلاقات الاجتماعية[17].

ومع أننا لسنا هنا بصدد مراجعة نقدية للمنطلقات النفسية والاجتماعية التي استندت إليها هذه النظرية، إلا أنه من المناسب التأكيد بأن هذه المنطلقات تتسم بعدم الدقة العلمية، والتبسيط، وسوء الفهم لطبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال مما يجعلنا نسقطها من اعتباراتنا حين نود أن نقدم فهماً دقيقاً لطبيعة هذه العلاقة؛ فالادعاء بالتأثير المباشر والفوري لوسائل الاتصال الجماهيرية على الجمهور لم يلق، في الحقيقة، قبولاً لدى الباحثين في ميدان الاتصال الجماهيري. فهو برأيهم مجرد ادعاء (Assumption) لا يوجد ما يثبته أو يدعمه على صعيد البحث الميداني/ الإمبريقي من جهة، ولأنه لا يأخذ أيضا بعين الاعتبار البنية النفسية الديناميكية للفرد، ولا الظروف الاجتماعية والثقافية المحيطة به كذلك من جهة أخرى.

2- نظريات التأثير المحدود

وأما النظرية الثانية التي أعقبت هذا المدخل فهي تلك النظرية المسماة بنظرية 'التأثير المحدود' أو التعرض الانتقائي (Selective Exposure). ويستند الفهم الجديد لتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على الجمهور إلى مسلمات نفسية واجتماعية مختلفة تماماً عن تلك الافتراضات والمسلمات التي استند إليها الباحثون السابقون، كما يعكس أيضاً تقدماً في أساليب البحث العلمي المتبعة في تلك المرحلة لقياس هذه التأثيرات. وينضوي تحت هذه النظرية نماذج أو مداخل مختلفة أهمها:

أ. **مدخل الفروق الفردية:** يركز أصحاب هذا المدخل على دور عملية التعليم والتعلم مصدراً من مصادر الفروق بين الأفراد في استجاباتهم لوسائل الاتصال

الجماهيرية، وعلى دور الأفراد في انتقاء وسائل الاتصال الجماهيرية التي يودون التعرض لها؛ فالتأثير الذي تحدثه هذه الوسائل عليهم، إنما يخضع لظروف الفرد الذاتية، ولسماته الشخصية.

ب. **مدخل الفئات الاجتماعية (Social Categories)**: تختلف توجّهات أصحاب هذا المدخل ومنطلقاتهم عن منطلقات المدخل السابق. فهم وإن كانوا يقرّون بوجود فروق فردية بين الأفراد في المجتمع، كما يذهب أصحاب مدخل الفروق الفردية، إلا أنهم يختلفون معهم في نظرتهم إلى استجابات هؤلاء الأفراد لوسائل الإعلام. فالأفراد، برأيهم، غير مقطوعي الصلة أو العلاقة مع غيرهم، بل هم يتعنقدون أو يتجمعون في فئات أو شرائح أو طبقات اجتماعية معينة، ويتميزون بخصائص متشابهة (الدخل، أو العقيدة، أو الطائفة، أو العرق، أو الحزب، أو الطبقة، أو القطاع الاجتماعي، أو العمر أو المهنة إلخ). إن هذا التشابه في الخصائص تجعل من كل فئة من هذه الفئات فئة اجتماعية مغايرة للفئات الأخرى في طرق تعاملها واستجاباتها لوسائل الاتصال الجماهيرية؛ فالفئات المتشابهة، برأيهم، تستجيب لوسائل الإعلام بطرق متشابهة[18].

ج. **مدخل العلاقات الاجتماعية (Social Relations)**: وأما المدخل الآخر الذي ينضوي تحت نظرية التأثير المحدود لوسائل الاتصال الجماهيرية، فهو المدخل المعروف باسم: مدخل العلاقات الاجتماعية. وقد كان لهذا المدخل دور كبير في كشف المزيد عن طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والجمهور: فقد أثرت نتائج البحوث التي أجراها المدافعون عنه إلى تقدم ملموس وواضح في مسيرة التفكير الاجتماعي بمسألة طبيعة تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على المجتمع.

ويرى الباحثون هنا أن طبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة في المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الاتصالية (رسمية أم غير رسمية، مغلقة أم مفتوحة، فاترة أم حميمية، صراعية أم تعاونية إلخ) تحد أوتقلل من التأثيرات المباشرة والفورية لوسائل الاتصال على الأفراد. فالعلاقات غير الرسمية والمفتوحة السائدة في مجتمع ما، قد

تعمل على حماية الأفراد، من تأثيرات وسائل الاتصال المباشرة عليهم، وتقلل من مخاطرها وانعكاساتها السلبية[19].

وقد توصل الباحثون إلى هذه النتيجة من خلال دارساتهم التي أجروها على السلوك الانتخابي في أثناء الحملة الإعلامية لانتخابات الرئاسة الأمريكية في الأربعينيات. إذ تبين لهم مدى فاعلية الدور الذي تقوم به العلاقات الشخصية، الجماعات المرجعية في التأثير على هذا السلوك؛ إذ تعمل هذه الجماعات عوامل وسيطة تحمي الأفراد من التأثيرات المباشرة لوسائل الاتصال. وهذا يعني أن غالبية الأفراد لا يحصلون على معلومتهم بشكل مباشر من هذه الوسائل، وإنما هناك عوامل وسيطة تتوسط بينهم وبينها (كالأسر، واتحاد النقابات، والأحزاب، والجمعيات، وقادة الراي، والقطاع الاجتماعي، والديانة إلخ).

إن تدفُّق سير العملية الاتصالية، إذاً، لم يعد ينظر إليه على أنه خطوة واحدة واحدة كما كان يُعتقدُ في السابق، بل خطوتان: الخطوة الأولى تبدأ حين تخرج الرسالة من المؤسسة الإعلامية إلى الجمهور، ولكنها لا تصل إليه مباشرة، بل تمر عبر قادة الرأي، فيتلقاها هؤلاء القادة بعدِّهم عوامل وسيطة بين المؤسسة الإعلامية وبين الأفراد. وأمّا الخطوة الثانية فتبدأ حين تخرج الرسالة من قادة الرأي إلى بقية أفراد المجتمع[20].

انتشار المبتكرات

ونجد تأكيداً لدور قادة الرأي أيضاً في الحد من تأثير قوة وسائل الاتصال على الأفراد لدى أصحاب مدخل آخر يعرف باسم 'انتشار المبتكرات'. ويذهب أصحاب هذا المدخل وبخاصة (روجرز وشوميكر)، إلى تأكيد فرضية تدفق سير العملية الاتصالية على مراحل، وإلى الدور الحاسم الذي يمارسه قادة الرأي في التأثير على الأفراد خلال كل مرحلة من هذه المراحل. ففي نظريتهما المعروفة باسم انتشار المبتكرات، ذهبا إلى القول: بأن انتقال المعلومات، وبخاصة حول المبتكرات أو الأفكار الجديدة في المجتمع، يمر بأكثر من خطوة، وينساب عبر عدد كبير من الأفراد يسمح لهم

بالتدخل في توضيح بعض الجوانب المتعلقة بهذه المبتكرات. إن دور الاتصال، حسب رأيهما، في هذه الحالة يتجسد في إثارة اهتمام الأفراد بهذه المبتكرات الحديثة وتهيئتهم لتقبلها. وفي هذه الحالة فإن الدور الأكبر والفعلي في انتشار المبتكرات إنما يرجع إلى ما يمارسه قادة الرأي من تأثيرات معينة عليهم[21].

الاستخدامات والاشباعات

ومن أشهر المداخل الأخرى التي تندرج تحت نظرية التأثير المحدود، التي تعدُّ إسهامات روادها في تفسير استخدام الأفراد لوسائل الاتصال مهمة في إعادة النظر في مسألة تأثير وسائل الاتصال، فهو المدخل المعروف باسم الاستخدامات والإشباعات (Uses and gratification). ويرى أصحاب هذا المدخل، أن وسائل الاتصال(تعتبر مصدراً حيوياً ونافعاً من مصادر تزويد الأفراد بما يريدونه من معارف، وفي تلبية ما لديهم من حاجات. لذا، فهم حين يلجأون إلى هذه الوسائل إنما يكون من أجل تحقيق هذه الحاجات والعمل على إشباعها وتلبيتها[22].

وهكذا فإن تعامل الجمهور مع هذه الوسائل بهذه الطريقة يعمل على حمايته من طغيان تأثيرات هذه الوسائل عليه، أكثر مما تعمله أية عوامل أخرى، ذلك أن وسائل الإعلام في هذه الحالة ليست هي التي تحدد للأفراد نوع الرسائل أو المضامين التي يتوجب عليهم مشاهدتها أو التعرض لها، وإنما الأفراد أنفسهم هم الذين يتحكمون بتلك الرسائل بالطريقة التي يريدونها وبالوسيلة التي يختارونها من أجل إشباع حاجاتهم المختلفة (كالحصول على المعرفة، والترفيه، والمعلومات، والأخبار إلخ) [23].

وقد اتضح للباحثين في هذا المجال بعد إجرائهم العديد من الدراسات الميدانية بأن الأفراد يعرضون أنفسهم بشكل طوعي أو اختياري للوسيلة الاتصالية التي يريدونها، والتي يتوافق محتواها مع ميولهم واهتماماتهم واعتقاداتهم، كما تبين لهم كذلك أن الأفراد إنما يدركون الرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها، ويفسرون محتوياتها وفقا لأذواقهم ومصالحهم وتوقعاتهم. هذا إضافة إلى أن الأفراد يتذكرون

بشكل انتقائي ما يحبونـه أو يرغبونـه، ويتجنبـون تـذكر أو اسـترجاع مـا لا يحبـون أو يرغبون من محتويات هذه الرسائل الإعلاميةالتي يتعرضون لها[24].

وعلى الرغم من أهمية هذا المدخل في استجلاء جانب مهم من جوانب تعامل الأفراد مع وسائل الإعلام في تلك المرحلة، إلا أنه تعـرض لـبعض الانتقـادات الـتي دفعت بعض المدافعين عنه إلى إعادة نظرهم في بعض افتراضاتهم ومسلماتهم، وإجراء بعض التعديلات عليها والتوضيحات على بعضها الآخر في السنوات اللاحقـة. وقـد استعرض الباحث (جوزيـف كلابـر) في السـتينيات الدراسـات الـتي أجريـت حـول تأثيرات وسائل الاتصـال الجماهيريـة علـى الأفـراد، وخـرج بعـدة تعميمـات يمكـن تلخيصها بما يلي:

أن وسـائل الاتصـال الجماهيريـة ليسـت عـادة السـبب الكـافي أو الضـروري لإحداث التأثير علـى الجمـاهير. ولكنهـا تعمـل مـع، ومـن خـلال، بعـض العوامـل والمؤثرات الوسيطة. وفي الحالات الخاصـة الـتي تعمـل فيهـا وسـائل الاتصـال علـى حدوث تغيير، فمرد ذلك هو عدم قيام العوامل الوسيطة بدورها في هذه الحالة، وبـذا يصبح تأثير وسائل الإتصال الجماهيرية مباشراً، أو أن العوامل الوسيطة التي تميـل إلى تدعيم الاتجاهات الموجودة لدى الفرد وتقويتها لديه، تساعد هي نفسها على إحـداث التأثير أو التغيير[25].

ويجب ألا يفهم من النتيجة الـتي توصـل اليهـا (كلابـر)، أن وسـائل الاتصـال الجماهيرية عديمة التأثير على الأفراد في كل الظروف، وإنما يعـني أنهـا تمـارس عملـها وتأثيراتها ضمن نظام العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع الـذي تعمـل فيـه هـذه الوسائل. وفي ظل ظروف ثقافية واجتماعية محددة تعمل هـذه الظـروف والعلاقـات، وبخاصة غير الرسمية، على الحد أو التقليل من تأثيرات هذه الوسائل.

وبالإضـافة إلى ذلـك، توصـلت الدراسـات السـابقة إلى أن تـأثيرات وسـائل الاتصال ترتبط أيضا باعتبارات فردية، وسمات شخصية، وظروف الفرد الذاتية. فمـا يتعلمه الأفراد من وسائل الاتصال لا يؤدي بالضـرورة إلى تغـيير اتجاهـاتهم، وإذا مـا

أدى ذلك في حالات معينة ومحدودة، فإنه قد لا يؤدي إلى تغيير في سلوكاتهم وتصرفاتهم. فالتأثير، في الواقع، يخضع، حسب وجهة نظرهم، لاعتبارات فردية كثيرة أهمها كما قلنا، ظروف الفرد الذاتية وطبيعة العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع؛ إذ تعمل هذه العوامل على حماية الأفراد من تأثيرات وسائل الاتصال المباشرة والفورية عليهم.

وهكذا لم يعد يُنظر إلى الأفراد حسب المدافعين عن هذه النظرية، بمداخلها/ نماذجها المختلفة، على أنهم مجرد تجمّع من أفراد سلبيين، بل هم أفراد فاعلون في هذا التعامل، لديهم حرية اختيار الوسيلة الاتصالية التي يريدون التعامل معها أو مع مضامينها الثقافية والمعرفية، ويدركون هذه المضامين بطرق انتقائية/ اختيارية، كما أنهم يتذكرون بطرق اختيارية ما يريدون تذكره من هذه المضامين. إن هذا التعرض الانتقائي أو الاختياري هو الذي يحميهم من مخاطر التأثير القوي لهذه الوسائل، كما كشفت عنه نتائج دراسات الباحثين في هذا المجال في تلك الفترة من تطور التفكير الاجتماعي في مسألة فهم العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيرية وبين الأفراد.

ولكن البحث العلمي في مسألة التأثيرات لم يتوقف عند هذا الحد، بل استمر في الكشف عن فهم طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيرية والأفراد؛ إذ طرأت في السنوات اللاحقة، بعض التغيرات والتعديلات على هذه النظرية تعكس التقدم الذي طرأ على الفكر الاجتماعي في هذه المسألة. ولقد تمخضت هذه التعديلات عن نظرية ثالثة تشكل اسهامات مهمة جديدة في فهم مسألة تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية.

3- نظرية التأثير المعتدل

شهدت السنوات اللاحقة (الستينيات والسبعينيات) تطوراً واتساعاً في التفكير الاجتماعي بمسألة تأثيرات وسائل الاتصال على الجمهور، كما أشرنا، أفضى إلى ظهور نظرية جديدة تدعو إلى إعادة النظر في فهم طبيعة العلاقة بين المؤسسة الإعلامية والجمهور المتلقي، يطلق عليها نظرية التأثير المعتدل.

ويرى أصحاب هذه النظرية، أن الفهم السابق لمسألة التأثير، برغم أهميته، يبقى غير دقيق وغير كاف لفهم هذه العلاقة المعقدة، وينقصه العديد من المتغيرات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند دراسة هذه العلاقة؛ كما أنهم يرون أيضا أن تقليل نظرية التأثير المحدود السابقة من شأن تأثير وسائل الاتصال على الأفراد، واهتمامها بالتأثير ذي المدى القصير والمباشر، واستبعادها للتأثيرات ذات المدى البعيد وغير المباشر، وانحصار اهتمامها بتأثير هذه الوسائل على آراء الأفراد واتجاهاتهم فقط، كان قد جعل منها نظرية غير موفقة في تقديم فهم شامل لمسألة التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال على الأفراد[26]. ومن هنا كانت الحاجة، برأيهم، إلى نظرية جديدة لا تبالغ في تصوير قوّة وسائل الإعلام، ولا تقلل من شأن هذه القوّة أو تنفيها.

وتتكون نظرية التأثير المعتدل لوسائل الاتصال الجماهيرية من عدة نماذج فرعية، يشكل كل نموذج/ مدخل منها إضافة جديدة إلى ما سبقه من نماذج من حيث فهمها لمسألة التأثيرات. ويمكن تلخيص كل مدخل منها كما يلي:

أ. مدخل ترتيب الأولويات- الأجندة.

يرى أصحاب هذا المدخل أن وسائل الاتصال بمقدورها توجيه الرأي العام، والتأثير على المدى الطويل في تشكيل اهتماماته حول قضية ما من القضايا الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية، وذلك من خلال التركيز عليها في هذه الوسائل حتى تستحوذ على اهتماماته وانتباهه. أي أن الدور الفعلي لهذه الوسائل، كما يرون، يكمن في تحريك اهتمامات الجمهور بقضايا وموضوعات بعينها لتتفق في ترتيبها مع الترتيب الذي تضعه هذه الوسائل لأهمية هذه القضايا والموضوعات؛ فمثلما يحدد أو يرتب جدول أعمال أي مؤتمر أو لقاء أو اجتماع الموضوعات التي سوف تجري مناقشتها بناء على أهميتها حسب ذلك الجدول، تقوم وسائل الاتصال الجماهيرية بالوظيفة نفسها. أي أنها تفرض على الجمهور جدول أعمالها الذي يحدد الأهم، والمهم، والأقل أهمية، وغير المهم من تلك الموضوعات[27].

ولقد لخص الباحثان (لانج ولانج) الافتراضات التي يقوم عليها هذا المدخل كما يلي: إن وسائل الاتصال هي التي توجه اهتمام الجمهور نحو قضايا بعينها، وهي التي تطرح الموضوعات عليه، وهي التي تقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه، وما الذي ينبغي أن يعرفه أو يشعر به[28]. فعلى سبيل المثال حين تقرر وسيلة اتصالية ما أن قضية ما من القضايا كالإرهاب مثلا، هي قضية مهمة، أو أن شخصاً ما هو شخص إرهابي، أو أن مطربة ما من المطربات هي مهمة فإنها تعطيهما مساحة أو تغطية واسعة وتخصص لها وقتاً كافياً في عروضها، وتكرر ذلك بشكل دائم، حتى تبدو تلك القضية أو الشخص، أو المطربة، كما يقول أصحاب هذا المدخل، قضية مهمّة أو شخص مهماً أو مطربة مهمه لدى الجمهور الذي يتعرض لتلك الوسيلة الإعلامية[29].

ب. مدخل التثقيف أو الغرس الثقافي

قام الباحثون ممن ينضوون تحت هذا المدخل بدراسات ميدانية امتدت لسنوات طويلة، استمرت طيلة الستينيات والسبعينيات حول قدرة وسائل الاتصال الجماهيرية على تشكيل المعاني والمعتقدات والصور الرمزية لدى الفرد. وقد قادتهم دراساتهم إلى نتيجة مفادها: أن تعرض الفرد المتكرر لوسيلة اتصالية ما، كالتلفزيون مثلاً ولفترات طويلة ومنتظمة تنمي لديه اعتقاداً بأن العالم الذي يشاهده هو صورة عن العالم الاجتماعي الذي يعيشه[30].

فوسائل الاتصال تؤثر بشكل قوي على إدراك الأفراد للعالم الخارجي وتبني لديهم اعتقادات خاصة حول طبيعة هذا العالم، وخاصة أولئك الذين يتعرضون لهذه الوسائل بشكل مكثف، ولمدة طويلة من الزمن. وعليه فإن الصور الذهنية التي يحملها هؤلاء الأفراد في رؤوسهم ما هي إلا نتيجة لهذا التكرار.

ج. مدخل الاعتماد على وسائل الاتصال

يتناول هذا المدخل وسائل الاتصال الجماهيرية بعدّها أنظمة اجتماعية ذات طبيعة تفاعلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع (كالنظام الاقتصادي

والسياسي). وقد أضاف هذا الفهم لطبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد بعداً جديداً ومهمّاً لم يلتفت إليه الباحثون في السنوات السابقة . فالنظر إلى المؤسسة الإعلامية، بوصفها أنظمة اجتماعية تتداخل مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع، وتحديد طبيعة هذا التداخل والتفاعل بينها، هو الذي يقرر مدى قوة التأثير الذي تحدثه هذه المؤسسة أو ضعفه من جهة، أو تجعل منه تأثيراً مباشراً أو غير مباشر على الأفراد سواء، أكان قصير المدى أم بعيداً، من جهة أخرى[31].

ويذهب (دوفلور)، بوصفه أحد أقطاب هذا المدخل والمدافعين البارزين عنه، إلى القول بأن فهمنا لطبيعة التأثير، ومستواه وقوته ومداه سيستعصي علينا، ما لم نستطع تحديد الاعتماد المتبادل بين كل من: المؤسسة الإعلامية، والنظام السياسي والاقتصادي، والجمهور.

ففيما يتصل بعلاقة النظام السياسي بالمؤسسة الإعلامية، فهو، في الواقع، يلجأ إليها لتساعده في نشر سلطته، وفرض هيمنته، ونشر أفكاره ومبادئه في المجتمع، في حين نجد أن النظام الاقتصادي يلجأ إليها لدوافع أخرى تكمن في قدرتها على الترويج لمشاريعه الضخمة والإعلان عنها. ولا توجد مؤسسة أخرى، كما يقول (دوفلور)، بمقدورها القيام بهذا الدور بفاعلية كالمؤسسة الإعلامية التي لا تستغني هي الأخرى عن دعم هذين النظامين لها وحمايتهما السياسية والمادية في ترويجها ونشرها لمنتجها الثقافي والمعرفي[32].

وأما فيما يتعلق بالاعتماد المتبادل بين المؤسسة الاتصالية والجمهور، فيرى (دوفلور): أن الجمهور لا يستطيع الاستغناء عن هذه المؤسسة، فهي التي تزوده بالمعرفة والمعلومات والأخبار بكافة أشكالها وأنواعها محلياً وخارجياً، وهي التي تعمل على توجيه سلوكه وتفاعله وطريقة تعامله مع المواقف الطارئة من خلال ما تقدمه له من معارف ومعلومات وخبرات، وهي أيضاً التي تعمل على ترفيهه وتسليته ليروّح عن نفسه عناء التعب اليومي في المجتمع الرأسمالي.

ويؤكد دفلور هنا، أنه على الرغم من وجود مؤسسات أخرى في المجتمع تقوم بتحقيق هذه الحاجات والأهداف للفرد (كالأسرة والأصدقاء وبعض الاتحادات والجمعيات التي ينتمي إليها الفرد إلخ)، إلا أن اعتماد الفرد على المؤسسة الإعلامية في المجتمع المعاصر في تحقيق ذلك يفوق أي اعتماد آخر.

ويقدم دوفلور نموذجاً دقيقاً لفهم طبيعة تأثيرات المؤسسة الإعلامية بوصفها نظاماً اجتماعياً متداخلاً ومترابطاً مع أنظمة أخرى في المجتمع. ويقوم هذا النموذج على ضرورة الفهم الدقيق للعناصر المتداخلة الآتية[33]:

1- طبيعة البناء الاجتماعي للمجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الإعلامية.

2- مدى اعتماد الأفراد على هذه المؤسسة في تزويدهم بالمعرفة والمعلومات الضرورية في حياتهم.

3- طبيعة المعلومات التي تقدمها المؤسسة للأفراد.

لقد سيطر هذا المنظور الجديد في تفسير طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور على تفكير العديد من الباحثين، ليس فقط في السبعينيات بل في السنوات التي تلت ذلك، وهي السنوات التي شهدت زخماً هائلاً في بحوث تأثير وسائل الإعلام، وبخاصة بحوث التلفزيون بعدّه القناة الأكثر جاذبية وجدلاً في حقيقة تأثيراتها على الجمهور.

ولابد من التأكيد هنا، على مدى تأثر البحوث والدراسات الاتصالية في هذه المرحلة من مراحل تطور التفكير الاجتماعي بمسألة طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيرية والجمهور بالجدل المحتدم آنذاك بين الماركسيين وأصحاب الاتجاه التعددي في العلوم الاجتماعية حول مسألة ملكية وسائل الإنتاج وطبيعة الضبط الذي يمارسه مالكو هذه الوسائل على طبيعة محتوى الإنتاج الثقافي والمعرفي لها.

وفي هذا الصدد يرى بعض المنظرين الماركسيين، وفي طليعتهم (ميليباند): بأن مالكي المؤسسة الإعلامية- بصفتها مؤسسة إنتاج معرفي وثقافي- يمارسون قوة هائلة في

التأثير على الجمهور من خلال تدخلهم المباشر في تقرير شكل المنتج وطبيعته[34]. في حين يرى بعضهم الآخر، وبخاصة (جولدنج ميردوك)، أن هؤلاء المالكين لا يتدخلون بشكل مباشر في طبيعة المحتوى المعرفي والثقافي لهذه المؤسسة، وإنما يمارسون تأثيرهم من خلال المديرين الذين يعينونهم لينوبوا عنهم في تنفيذ سياساتهم وتوجهاتهم الأيديولوجية[35].

وأمّا ذوو الاتجاه التعددي، فلهم وجهة نظر مخالفة لوجهة نظر الماركسيين في هذه المسألة؛ إذ يرون أن تأثير مالكي المؤسسة الاتصالية في تقرير شكل الرسائل الاتصالية المنتجة ومحتواها هو تأثير ضعيف للغاية. فالدور الأكبر والأقوى في صناعة هذا المنتج إنما يعزى للجمهور نفسه وليس لهؤلاء المالكين. إنّ طلبات الجمهور وحاجاته ورغباته، هي التي تتحكم بهذا المنتج وبهذه الرسائل الاتصالية، وإن لم تستجب هذه المؤسسة لهذه الحاجات، فإنها، برأيهم، ستتعرض للإفلاس والانهيار[36].

ولا يكتمل التأريخ لهذه المرحلة من مراحل تطور التفكير الاجتماعي بمسألة تأثير وسائل الاتصال على الجمهور دون توضيح لإسهام آخر من الإسهامات الجادة التي تركت بصماتها الواضحة على الدراسات الاتصالية في تلك المرحلة، وهو الإسهام الذي قامت به الباحثات من ذوات الاتجاه المعروف باسم التوجه النسوي؛ وبخاصة ما يتعلق بالدور الذي تلعبه المؤسسة الإعلامية في تنميط النساء.

وفي هذا الصدد ترى هؤلاء الباحثات أن المؤسسة الإعلامية لها قدرة كبيرة على تنميط النساء بطريقة تعزز الصور السلبية السائدة عنهن في المجتمع. كما أن لديها قدرة على خلق صور جديدة سلبية عنهن في الوقت نفسه. وترى هؤلاء الباحثات أيضاً بأن تعرّض الجمهور المتواصل والمستمر لهذه الصور النمطية السلبية سيعمل على دفعه إلى تشرب المضامين الكامنة خلفها حول النساء[37]. وهذا بالطبع يخدم النظام الاجتماعي القائم في المجتمع، الذي يرى في هذه الصور السلبية تأكيداً لوجهة نظره في النساء.

واعتماداً على ما سبق، يمكن القول: بأن نظرية التأثير المعتدل لوسائل الاتصال الجماهيرية على الأفراد، بنماذجها المتعددة، كانت قد سيطرت على الفكر الاجتماعي بهذه المسألة طيلة فترة الستينيات والسبعينيات والثمانييات، وتمثل بداية جديدة ونقطة انطلاق مهمة في النظر إلى مسالة تأثير هذه الوسائل. فهي بتأكيدها على ضرورة التعامل مع المؤسسة الإعلامية بعدّها نظاماً اجتماعياً، تكون قد مهدت لبروز اتجاه جديد في الدراسات الاتصالية ويركز على البعد الاجتماعي والسياسي في فهم طبيعة تأثير المؤسسة الإعلامية على المجتمع.

التواصل عبر شبكة الإنترنت

الاتصال عبر شبكة الإنترنت (Internet) هو مستوى آخر من مستويات التواصل الاجتماعي، ونوع جديد من أنواعه، يجسد ذروة التقدم والتطور في أساليب الاتصال بين الناس. فهو في حقيقته ثورة معلوماتية واتصالية حقيقية، وذلك من خلال تقديمها شكلا جديدا من أشكال التواصل يسمى: ألتواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة(38).

لقد نقل الاتصال عبر شبكة الإنترنت الإنسان إلى آفاق رحبة في علاقاته بالآخرين، لم تكن تخطر على باله في يوم من الأيام، ولم يكن ليتوقع حدوثها بهذه السرعة المذهلة في أي وقت من الأوقات؛ إذ وفرت لهم هذه الوسيلة الاتصالية العيش في فضاء ثقافي واجتماعي وسياسي واقتصادي وترفيهي وصحي ورياضي مفتوح ورحب، مكّنهم من اختراق فوبيا المكان والزمان ليتفاعلوا مع بعضهم بعضا بسهولة ويسر في عالم افتراضي.

وجاءت هذه الثورة الحقيقية في عالم التواصل الاجتماعي لتسهم بدورها في ثورات التاريخ الإنساني العظمى كالثورة العلمية والثورة الصناعية والثورة الجينية والثورة المعلوماتية وذلك نتيجة التطورات التي أحدثتها التكنولوجية الرقمية الحديثة في

منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي؛ حيث انتشرت شبكة الإنترنت في أرجاء الكون كافة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق أمام المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات[39].

الإنترنت والاتصال الوجاهي والاتصال الجماهيري: مقاربة اتصالية

رغم أن الاتصال عبر شبكة الإنترنت يقوم على استخدام الكمبيوتر إلاّ أنه يقع في الإطار العام الواسع للتواصل الاجتماعي وعناصره وأشكاله؛ ويتسم بسمات الاتصال الإنساني كلها؛ إذ قلما نجد وسيلة اتصالية واحدة من الوسائل التي أوجدها الإنسان تضم خصائص الاتصال الشخصي والجماهيري والجمعي في آن واحد مثلما يفعل الإنترنت.

فهو من جهة يعدّ كالاتصال الشخصي الوجاهي، يتيح لمستخدميه تفاعلا تبادليا، ويمكّنهم من التحادث والتراسل في موضوعات مختلفة ومتنوعة مع شخص أو أكثر من مكان في آن واحد وذلك عبر غرف التحادث، كما أنه يزودهم بالأخبار، والمعلومات، ومصادر المعرفة في أي موضوع من الموضوعات التي يريدونها. صحيح أن الاتصال بين الأفراد في هذا الشكل من الاتصال هو اتصال عن بُعدْ *(on Line)* في جوهره، غير أن التقنيات المصاحبة لعملية الاتصال من أجل التقريب بين الأطراف المتصلة بالكتابة أو الصوت أو الصورة توفر لهذا النوع من الاتصال، إلى حد بعيد، مقومات الاتصال الوجاهي كالدائرية، والتبادلية في الأدوار. ومع ذلك لا تجعل منه هذه الخصائص اتصالا وجاهيا يتسم بالخصائص نفسها التي يتسم بها الاتصال الوجاهي[40]. فالاتصال الوجاهي، كما بيّنا سابقا، هو اتصال يتسم بمعرفة أطراف الاتصال لبعضهم بعضا مما يجعل هذه المعرفة تترك تأثيراتها على سير العملية الاتصالية بينهم ونتائجها عليهم. ويَعدُّ هذا الاتصال اتصالاً جماهيرياً أيضا؛ إذ يقدم لمستخدميه

صوراً بصرية وسمعية متنوعة كتلك التي تمدهم بها الوسائل الجماهيرية، ومع ذلك فهو ليس اتصالا جماهيريا بالمعنى الدقيق للاتصال الجماهيري.

وبالعودة إلى الدراسات التي تناولت الإنترنت بعدّه وسيلة اتصال ذات خصائص فريدة من نوعها في هذا المجال فإننا نجد أن غالبيتها كانت قد قامت بعقد مقارنات بين خصائصه وخصائص وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، وبخاصة الجماهيرية منها. وفي هذا الصدد تعدُّ محاولة (ثومسون) في فهم هذه الخصائص من أهم المحاولات في هذا الاتجاه، إذ يستند ثومبسون في توضيحه لخصائص الإنترنت على الطريقة التي يشترك فيها مع غيره من وسائل الاتصال وبالأخص الجماهيرية منها، ونجده يعقد مقارنة بين الإنترنت وبين هذه الوسائل بعدّها وسائط نقل ثقافي في المجتمع؛ حيث يرى (ثومبسون) أن وسائل الاتصال الجماهيرية هي، في الواقع، مؤسسات ضخمة تستند إلى قاعدة اقتصادية متينة، وتكنولوجيا معقدة تنتج أشكالاً متنوعة ومختلفة من السلع الثقافية (أخبار، وأفلام، ومعلومات، ومعارف، وأغانٍ إلخ)، لتقوم بتوزيعها ونشرها على ملايين الأفراد المستهلكين لها، والذين هم بالطبع، مجهولو الهوية الثقافية والمعرفية والسياسية والإثنية والعرقية والطبقية لدى منتجي هذه السلع في المؤسسات الإعلامية[41].

ومع أن هذا المفهوم لوسائل الاتصال الجماهيرية لا يختلف كثيراً عن المفهوم الذي نجده لها في ادبيات الدراسات الاتصالية، إلا أننا نجد (ثومبسون) يتوسع، في تحديده لخصائص الجمهور المستهلك لانتاجها، ويسهب في شرحه طريقة عملها ليقابل بعد ذلك بينها وبين خصائص الإنترنت. فوسائل الاتصال الجماهيري، برأيه، تحتاج إلى خبراء ومحترفين في إنتاج السلع الثقافية ليتناسب مع تنوع خلفيات جمهورها المستهلك واتجاهاته ومعارفه وأذواقه، وبالإضافة إلى هذا فإن عملية الانتاج الثقافي نفسها عملية معقدة للغاية تتحكم فيها عوامل سياسية واقتصادية وتكنولوجية من نوع خاص[42].

وأما فيما يتعلق بطبيعة الانتاج الثقافي في الانترنت فهو من طبيعة تختلف عن طبيعة إنتاج مؤسسة الاتصال الجماهيرية له؛ فهو نظام مفتوح نسبياً بين المنتج

والمستهلك (المرسِل والمتلقي)، ولا يتطلب جهداً ضخماً من منتجيه كالذي تتطلبه عملية الانتاج في وسائل الاتصال الجماهيرية، مع العلم أن هناك مؤسسات ضخمة، تشبه مؤسسات الاتصال الجماهيرية، تعمل في هذا الانتاج ويعمل فيها خبراء متخصصون في تصميم برامج الكمبيوتر وبيعها، وتصميم أنظمة الرقابة، وأنظمة الدخول والتشغيل ونظم تخزين المعلومات ونقلها. ومع كل ذلك فإن متطلبات هذا الانتاج والجهود المبذولة فيه تبقى أقل مما تتطلبه عملية الانتاج الثقافي في مؤسسات الاتصال الجماهيرية.

وعلى الرغم من هذه الاختلافات بين الإنترنت ووسائل الاتصال الجماهيرية، يبقى هناك اختلاف مهمّ من نوع آخر بينهما يتعلق بطبيعة التفاعل بين منتجي هذه السلع وبين مستهلكيها، ففي الاتصال الجماهيري لا توجد علاقة ولا تفاعل مباشر بين منتجي هذه السلع الثقافية (المرسلون) وبين مستهلكيها (المتلقون)؛ إذ لا يستطيع المستقبلون التدخل في ذلك كثيراً، لأن التغذية الراجعة بينهم وبين هؤلاء المنتجين مقطوعة اللهم، إلا في بعض الحالات الاستثنائية الخاصة، الأمر الذي سيكون مكلفاً مادياً، وبحاجة إلى تقنية دقيقة ومعقدة لتنفيذ ذلك[43].

وأمّا في حالات الانترنت، فالوضع مختلف إلى حد كبير، ففي هذه الحالة هناك علاقة تفاعل وحوار بين منتجي السلع الثقافية وبين مستهلكيها، أي أن هناك تغذية راجعة بين الطرفين تسمح لكل منهما بالتحكم بقدر متساو من السلطة في تقرير تدفق سير العملية الاتصالية بينهم[44]. إن هذه الخاصية للإنترنت هي التي تجعل من العملية الاتصالية بين المرسِلين والمتلقين عملية متوازنة من حيث المشاركة في التفاعل والحوار الدائر بينهم من جهة، ومن حيث التحكم بطبيعة مجريات هذا الحوار من جهة أخرى، فلا سلطة لأحد الطرفين في هذه العملية على الآخر أكثر من غيره[45].

ومن الخصائص الأخرى التي يتصف بها الانترنت وتميزه إلى حد بعيد عن غيره من وسائل الاتصال الأخرى، هي إتاحة الفرصة لمستقبلي السلع الثقافية بكافة أشكالها الاستفادة منها في أي وقت وفي أي مكان يشاؤون. فطبيعة عمل الإنترنت القائمة على

تخزين المعلومات والمعارف تمكّن المستهلك من الاستفادة منها في أي وقت يشاء وأي مكان يريد، وذلك بخلاف السلع الثقافية التي تنتجها مؤسسات الاتصال الجماهيرية المتقيدة بزمان ومكان محددين.وعلى الرغم من الخصائص السابقة، تبقى هناك خصائص أخرى يضيفها بعض الباحثين تجعل من الإنترنت وسيلة اتصالية تروق لمستخدميها وتجعلهم يفضلونها عن غيرها من الوسائل الأخرى وهي(46):

1- مرونة استخدام وسهولة الدخول إلى أي موقع من المواقع المتنوعة التي يريدها مستخدموه، أنّى شاؤوا ومتى شاؤوا ليلاً ونهاراً.

2- يعمل الاتصال عبر الانترنت على توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية مع الاخرين على المستوى المحلي والاقليمي والدولي بصرف النظر عن خلفياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعرقية.

3- يتيح الانترنت للأفراد فرصة تقديم أنفسهم للآخرين (Self – Presentation) بحرية كبيرة ودون قيود. وهذه الحرية تعطي بعض الأفراد مجالاً رحباً لتقديم أنفسهم بطريقة تمكنهم من إخفاء بعض الخصائص والصفات غير المرغوبة لديهم، والتي لا يرغبون أن يعرفها الآخرون عنهم (كالعمر، والمهنة، والجنس، والطبقة، والإعاقة الجسدية، وبعض السمات الشخصية كالبدانة أو النحافة، أو الخجل إلخ)؛ إذ قد تعمل هذه الصفات والخصائص على إحراج الفرد وخشيته من عدم تقبل الآخرين له في حالة تفاعله المباشر معهم، وأما في حالة اتصاله عبر الإنترنت، فإن بإمكان الفرد إخفاء هذه الصفات، وعدم إبرازها إذا ما أراد، لذا لا يشعر بالقيد أو الضيق أو الحرج، لأن طبيعة الموقف الاتصالي عبر الإنترنت، يتسم في كثير من الأحيان بالغموض، مما يجعل الفرد يشعر بحالة من اللاتعين في شخصيته (Anonymous). وهذا يعني أنه شبه مجهول الهُوية للآخر مما يدفعه لإبراز جوانب كثيرة من شخصيته لا يبرزها عادة في المواقف الاتصالية المباشرة والوجاهية، وغالباً ما تكون هذه الجوانب مثالية.

إن إبراز الإنترنت لهذه الجوانب جعل الباحثين، يعدّه أهم قنوات الاتصال

الإلكتروني- الوسيطي المعاصرة التي تعمل على إبراز الفرد لجوانب متعددة ومفرطة في النشاط والفاعلية من شخصيته (Hyper personal Aspect)، لا يستطيع أن يبرزها أو يظهرها الاتصال الشخصي المباشر مع الآخرين بحكم القيود المفروضة على الفرد في هذا النوع من الاتصال .

4- إن هوية الفرد غير المحددة (Anonymous) في الاتصال عبر الإنترنت، وغموض الموقف الاتصالي في كثير من الأحيان بين الأطراف المتصلة تشجّع الفرد على إرسال رسائل اتصالية للآخرين واستقبال رسائل منهم قد يتعذر إرسالها واستقبالها في حالة الاتصال المباشر، وتجعله يقوم بأدوار مختلفة قد لا يقوم بها في المناسبات العادية أو المواقف الاتصالية الوجاهية.

5- وأما الخاصية الأخرى للاتصال عبر الإنترنت فهي سماحهُ للأفراد بالقفز فوق الحدود الجغرافية التي تفصل بينهم مما يتيح الفرصة أمام من يشتركون بأفكار متشابهة، ومصالح مشتركة، وهوايات معينة، وخلفيات اقتصادية وسياسية وفنية متشابهة من الالتقاء والتواصل فيما بينهم؛ وبذا يكون الإنترنت قد عمل على تعميق شبكة العلاقات الإنسانية(47).

مواقع التواصل الاجتماعي

بلغت تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني الوسيطي ذروتها حين أدخلت الناس في شكل جديد من أشكال التواصل الاجتماعي لم يكن يخطر على بال أحد، وهو الاتصال من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (social Network Sities). فقد عملت هذه المواقع على تغيير واضح في مفهوم التواصل والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات.

ويمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "مواقع إلكترونية تقدم خدمات اجتماعية لمشتركيها لأغراض التواصل الإنساني والاجتماعي، تؤسسها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء وتبرمجها لخدمة تكوين صداقات، أو البحث عن

هوايات واهتمامات مشتركة، وصور وأفلام وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتبادلونها فيما بينهم"[48].

وفي الحقيقة، عملت هذه المواقع على إنهاء العديد من المفاهيم الإعلامية والاتصالية التي كانت سائدة في مجال الاتصال والإعلام، وبخاصة الجماهيري، كمفهوم حارس البوابة، وأحادية مصدر الرسالة الإعلامية، وهرمية الاتصال، وأدخلت بعض المفاهيم الجديدة ، واضطلعت بأدوار ومهمّات جديدة تتناسب وتتوافق مع التغيرات الاجتماعية والإعلامية والسياسة الجديدة. فقد أدخل هذا النوع من التواصل مفهوماً جديدا في الاتصال وهو "صحافة الشعب" أو "الإعلام الشعبي"، ونوعا جديدا من الصحافيين هو "المواطن الصحفي"، بحيث بمقدور كل فرد أن يتحول إلى مراسل صحفي ينقل الأحداث التي يراها، بصرف النظر عن مكان وجوده أو مكانته الاجتماعية، على شكل أخبار عاجلة مرفقة بالصور التي التقطها بجهازه النقال. وهذا الشكل من الإعلام هو أحدث شكل من أشكال العولمة الإعلامية؛ حيث تتعامل المواقع على الشبكات مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء في كافة أنحاء العالم معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد[49].

وفضلا عن هذا استطاعت مواقع الاتصال على شبكة الإنترنت أن تحدث تطورا ملموسا في طبيعة علاقات الشباب الشخصية والاجتماعية والزواجية والقرابية، وأن تدخلهم في عالم افتراضي مفتوح أمامهم لإبداء وجهات نظرهم ومواقفهم واتجاهاتهم نحو العديد من القضايا التي لم يكن بمقدورهم التعبير عنها في القنوات الإعلامية الرسمية أو غير الرسمية[50].

ففي دراسة أجريت على(650) شابا وشابة في المجتمع الأردني لمعرفة مدى التغير الذي أحدثته المواقع، وبخاصة "الفيسبوك" على مفهومهم للزواج، ومفهومهم للعلاقات القرابية تبين بأن هذه المواقع قامت بدور واضح في تغيير هذين المفهومين،

والعديد من المفاهيم الأخرى المرتبطة بهما[51]. وأما في المجال السياسي فقد قامت هذه المواقع بدور لا يمكن التقليل من شأنه في التأثير على حشد الرأي العام وتعبئته بالاتجاه الذي يريده مستخدمو هذه المواقع. وقد أكدت الأحداث الأخيرة في كل من تونس ومصر وليبيا هذا الدور التعبوي لهذه المواقع.

مراجع الفصل

(1)Bittner, J R (1980). Mass Communication:An Itrodution. Cliffs,N. J: Printic-Hall. Inc,

(2) المرجع السابق

(3)Harms. L (1974). Human Communication:the New Fundamentals. New York:Harper And Row.

(4) Bittner ,J R (1980)

(5) بتنر، المرجع السابق.

(6) Giddens, A. (1999) Runaway world, The BBC Reith Lectures, London, BBC Radio 4 BBx Education

(7)Hybels ,S and Weaver ,R. (2001). Communicating Effectively. Boston Mc Graw-Hill.

(8) المرجع السابق.

(9) المرجع السابق.

(10)Defleur ،M ،and Ball – Rokeach ،S. (1989) Theories of Mass Communication.: New York. Fifth Edition.

(11) المرجع السابق.

(12)Defleur ،M ،and Ball-Rokeach ،S. (1989) Theories of Mass Communication.,longman: New York. Fifth Edition.

(13) بتنر، مرجع سابق.

(14)McQuail, D(1989). Mass Communication Theory: An Introduction. Second Edition. SAGE Publication.

(15) دوفلور وروكيش: المرجع السابق.

(16) المرجع السابق.

(17) المرجع السابق.

(18) دينس ماكويل. مرجع اسابق.

(19)Defleur, M, and Ball- Rokeach, S. (1989)مرجع سابق

(20) بتتر. مرجع سابق

(21) المرجع السابق

(22)McQuail,D. (1988) مرجع سابق

(23) المرجع السابق

(24)Klapper,J. (1963). The Effects of Mass Communication. Illinois:The Free Press.

(25) دوفلور، بول روكيتش، المرجع السابق.

(26) دوفلور، بول روكيتش، المرجع السابق.

(27) دوفلور، بول روكيتش، المرجع السابق.

(28) دوفلور، بول روكيتش، المرجع السابق.

(29) دوفلور، بول روكيتش، المرجع السابق.

(30) دوفلور، بول روكيتش، المرجع السابق.

(31) دوفلور، بول روكيتش، المرجع السابق.

(32) دوفلور، بول روكيتش، المرجع السابق.

(33) دوفلور، بول روكيتش، المرجع السابق.

(34)Milband,R. (1969). The State In Capitalist Sosiety. London:Weidenfeld Nicolson.

(35)Murdock,G And Golding,P. (1977). " Capitalism ،Communication And Class Relations" In Curran J etal (eds). Mass Communication And Society. London:Edward Arnnold.

(36)Whale, J. (1977). The Politics Of The Media. London: Fontana.

(37)Bilton,T. (eds). (2002). Introduction To Sociology. Palgrave: Macmillan. Fourth Edition.

(38) فلحوط صابر ومحمد البخاري(1999). العولمة والتبادل الإعلامي الدولي. دمشق: دار علاء الدين.

(39) يحيى اليحياوي (2004). كونية الاتصال، عولمة الثقافة شبكات الارتباط والممانعة. الرباط: منشورات عكاظ. وانظر كذلك:

(40)Slevin ،J. (2000) The Internet and Society. Combridge: Polity Press.

وانظر كذلك

(41)Thompson ،J. (1990) Ideology and Modern Culture: Critical Theory in the Era of Mass Communication. Cambridge: Polity Press.

وانظر كذلك أعمال كل من:

- محمد عبد الحميد(2009). الاتصال الرقمي. في: محمد سيد أحمد. وسائل الاتصال: من المنادي إلى الإنترنت. القاهرة: دار الفكر العربي. الطبعة الأولى.

- رحاب الداخلي(2009). انترنت الاتصال. في: محمد سيد أحمد. المرجع السابق.

(42)Thompson ،J. (1990) Ideology and Modern Culture: Critical Theory in the Era of Mass Communication. Cambridge: Polity Press.

(43) سلفن، (2000)، مرجع سابق.

(44) المرجع السابق.

(45) المرجع السابق.

(46)Bellamy ،A ،and Hanewicz ،C. (2001) "An Exploratory Analysis of the Social Nature of Internet Addiction.", Electronic Journal of Sociology. Vol. 5 ،No3 ،. March.

(47) كارن كروس، مرجع سابق.

(48) عباس صادق (2008). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع. وانظر كذلك:

- بشرى الزاوي (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري. مجلة الباحث. العدد (18). ص ص: 94-112.

(49) يحيى اليحياوي (2013). مقابلة. الرباط. 10 يناير.

(50) حلمي ساري (2005). ثقافة الإنترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

(51) حلمي ساري (2012). كيف عملت مواقع التواصل الاجتماعي على تغيير العلاقات الزواجية والقرابية في المجتمع الأردني. (قيد النشر).

الفصل الثالث

التواصل الاجتماعي: المنظورات والنماذج

الفصل الثالث

التواصل الاجتماعي: المنظورات والنماذج

مقدمة

التواصل الاجتماعي من منظور الفعل المؤثر

التواصل الاجتماعي من المنظور التفاعلي.

التواصل الاجتماعي من المنظور التبادلي

التحليل التبادلي عند إيرك بيرن.

حالات الشخصية عند إيرك بيرن.

أشكال التواصل التبادلي وحالاته

المنظور التبادلي: المهارات المتعلمة.

المراجع

الفصل الثالث

التواصل الاجتماعي: المنظورات والنماذج

"إن الآخر ينطرح أمامي ويشكلني بما أنه
كائن من أجلي، وأنني كائن من أجله"

سارتر

مقدمة

حين تحدثنا عن مقومات الاتصال ومرتكزاته ومبادئه في الفصل الأول، كنا قد أكدنا وقتها، على أهمية مقوّم التبادل (Transaction) في العملية الاتصالية والدور الذي يقوم به في إنجاز هذه العملية. وكان هدفنا حينها لفت نظرك إلى ما يتمتع به التبادل من أهمية بارزة وحيوية فائقة في عملية التواصل الاجتماعي. فماذا نعني بالاتصال التبادلي؟ ومتى يكون الاتصال تبادلياً؟ وهل تختلف النظرة إليه من هذا المنظور عن نظرات الآخرين له من منظورات أخرى مختلفة؟ وهل نظرة الأفراد إلى الاتصال نظرة تبادلية تؤثر على مجريات سير العملية الاتصالية ونتائجها بينهم؟ وهل المهارات التي يمكن تعلُّمها من رؤيتنا له من هذا المنظور تختلف عن غيرها من الرؤى الأخرى؟

إن هذا الفصل مخصص للإجابة عن هذه الأسئلة، وغيرها من الأسئلة الأخرى التي من شأنها توضيح مفهوم الاتصال التبادلي، آملين أن يضيف إليك هذا الفهم مهارات جديدة تساعدك على النجاح في حياتك اليومية والمهنية. ومن أجل الفائدة المرجوة من ذلك ارتأينا أن نضع لك الاتصال التبادلي في سياقه التاريخي؛ يمكن القول بأن هناك وجهتا نظر للاتصال- تاريخياً- سبقتا وجهة النظر التبادلية التي نحن بصدد تحليلها وتبيان دلالاتها ومهارتها في عملية التواصل الاجتماعي. لذا، سنقوم

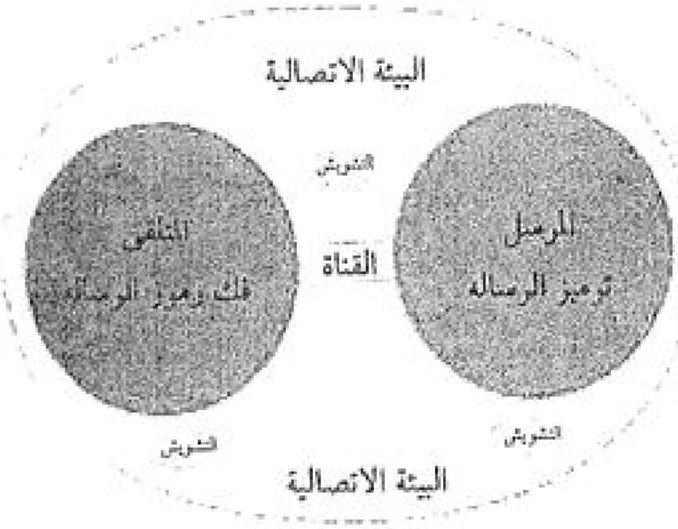
بتوضحيهما وشرحهما حتى يتسنى لك فهم مرتكزاتهما ومبادئهما. ويعد ذلك سنقوم بعرض تفصيلي وشرح شمولي لوجهة النظر التبادلية للاتصال بعدُها الأحدث والأكثر شمولية وقرباً من الفهم الدقيق لطبيعة العملية الاتصالية. فدعنا نبدأ بشرح هذه المنظورات الثلاثة للاتصال حسب تسلسلها التاريخي.

التواصل الاجتماعي: منظور الفعل المؤثر

تعني كلمة فعل (Action) تلك السلسلة من الأعمال أو الأحداث التي يقوم بها المرسِل من أجل إحداث تأثير ما في المتلقي. ولأن التأثير هو غاية أصحاب هذا المنظور لذا يطلق عليه "منظور التأثير". ويعدّ هذا المنظور من أوئل المنظورات من وجهة النظر التاريخية التي نظرت إلى العملية الاتصالية بأنها عملية طولية أو خطية (Linear) تسير باتجاه واحد من المرسِل إلى المتلقي (One- Way Communication). بمعنى آخر يعتمد نجاح الاتصال وفقا لهذا المنظور على حنكة المرسِل في صياغة رسالته، وعلى مهارات الاتصال التي يتحلّى بها. ويرى أصحاب هذا المنظور أيضا بأن المرسِل هو المحور الأساس في العملية الإتصالية وذلك دون ما اعتبار يذكر للمتلقي في هذه العملية، ودون الأخذ بالحسبان بالأبعاد المتعددة في هذه العملية، والعوامل الكثيرة التي تؤثر فيها كالدور الذي يقوم به المتلقي في نجاح العملية الاتصالية، والمناخ الاتصالي أو البيئة الاتصالية، على سبيل المثال (انظر الشكل التوضيحي1).

الشكل (1)

الاتصال من منظور الفعل المؤثر: الاتصال الخطي



نقلاً عن بيركو وولفن 1989

تعود البدايات الأولى في النظر للاتصال من منظور الفعل المؤثر إلى الفيلسوف اليوناني أرسطو الذي قام بعمل عن الاتصال ضمّنه تلك الأفعال التي يجب أن يقوم بها الخطيب (المتحدث) البليغ حتى يؤثر في مستمعيه. وبيّن أرسطو في هذا العمل أيضا العناصر التي يجب أن تشملها خطبته (رسالته). فالتركيز الرئيسي، برأيه، يجب أن ينصب على المهارات البلاغية، والقدرة الخطابية (قوة الصوت، والمنطق، والحجة)، وطرق صياغة خُطبته المؤثرة في الجماهير. فالخطيب المؤثر، برأيه، هو الذي يقوم بأعمال أو أفعال بلاغية- إقناعية من شأنها أن تفعل فعلها في المتلقي أو المتلقين، أو تؤثر فيهم تأثيراً لا يقاوم. وبذا يبلغ الخطيب، برأيه، غايته ويحقق أهدافه[1]

تأمّل، الآن، في هذه النظرة للاتصال. ماذا تستنتج منها؟ قد تتسرع وتقول أنها نظرة صائبة، لأن غاية أي اتصال هو إحداث التأثير في المتلقي. هذا صحيح، ومع ذلك إذا تأملت جيداً في مجريات العملية الاتصالية من هذا المنظور ستجد أنّ أرسطو، وغيره ممن ينظرون إلى الاتصال بهذه النظرة، يلغي دور المتلقي في هذه العملية، ويحيله إلى مجرد متلقٍ لا حول له ولا قوة إلا الانبهار بقوة حجج المرسل وفصاحته وبلاغته.

هل هذا، برأيك، هو دور المتلقي في العملية الاتصالية بمفهومها الحقيقي؟ لا نعتقد ذلك أبداً. فنحن لا نختلف مع أرسطو في ضرورة تحلّي الخطيب/ المرسِل بصفات البلاغة والتأثير وقوة الحجج- خاصة أن الفترة الزمنية التي عاش فيها أرسطو كانت فيها الخطابة أهم متطلبات النجاح لأي خطيب؛ ومع ذلك فنحن لا نشاطره وجهة نظره في الدور الذي يحدده للمتلقي/ الجمهور. فحصر أرسطو لهذا الدور في مجرد الاستماع أو الاستقبال أو التلقي لما يأتيه من المرسِل هو في الواقع دور غير منصف له في هذه العملية، وغير صحيح أيضاً من وجهة النظر الحديثة في فهم هذا الدور في العملية الاتصالية. لهذا السبب تُسمى وجهة النظر للاتصال من هذا المنظور "الاتصال باتجاه واحد" أو الاتصال ذا الاتجاه الخطي.

ولقد سيطرت وجهة نظر أرسطو في الاتصال كونه سلسلة من الأفعال أو الأعمال التي يقوم بها شخص واحد (المرسِل) من أجل إحداث تأثير ما على الجماهير المتلقية لرسالته على الفكر الاتصالي لفترة طويلة امتدت من العصر اليوناني مروراً بالقرون الوسطى واستمرت، بل وانتعشت في الخمسينات والستينيات من القرن الماضي؛ حيث نجد لها صدى واسعاً وتطبيقاً كبيراً في هذه السنوات.

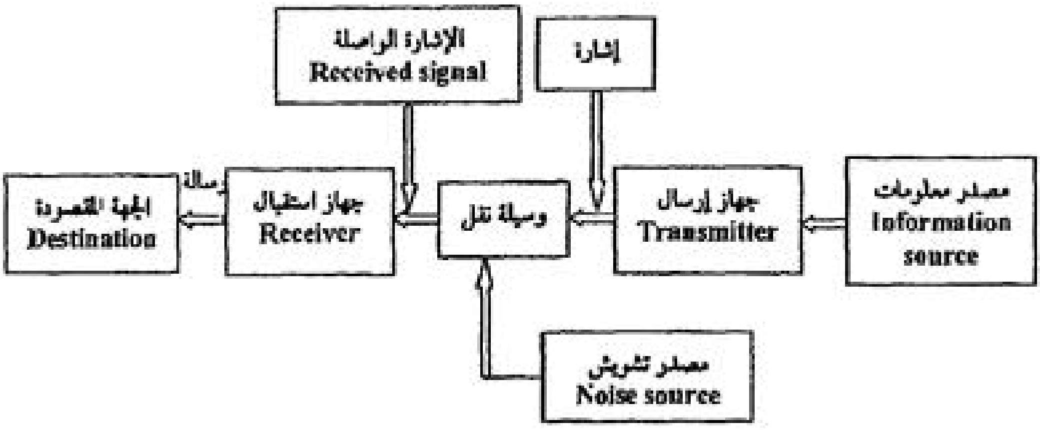
ومن أهم الأعمال التي ظهرت في تلك الفترة، أي الخمسينات، وأسهمت في انتشار النظرة للاتصال من منظور الفعل عمل كل من عالم النفس الأمريكي سكنر (Skinner) في مجال تعلّم الفرد لسلوكه والقائم، برأيه، على مفهوم المثير- والاستجابة والتعزيز، ثم عمل المهندسيْن الأمريكييْن أيضاً شانون وويفر (Shannon & Weaver). صحيح أن (سكنر) لم يُعنَ بوضع نظرية خاصة في الاتصال الإنساني، ولكن تم تطبيق نظريته القائمة على المثير والاستجابة على السلوك الاتصالي[2] لذا، لن نتحدث عنها بالتفصيل هنا، على الرغم من أهميتها وتأثيرها على تفكير الناس، بل سنتحدث عن رأي (شانون وويفر) في ذلك.

رؤية (شانون وويفر) للاتصال: يجسد نموذج (شانون وويفر) ورؤيتهما للاتصال أوضع النماذج الطولية أو الخطية التي تندرج تحت رؤية الاتصال من منظور

الفعل المؤثر؛ إذ يعدّ الأساس لعدد كبير من النماذج الخطية الأخرى اللاحقة التي استندت إليه في تفسير الاتصال. ولهذين السببين اخترناه هنا، لأنه ينظر للاتصال من منظور الفعل (Action)، وليكون نموذجاً تطبيقياً على هذا النوع من وجهات النظر الطولية للاتصال، مع أنه في الأصل نموذج رياضي معني بمتغيرات التكنولوجيا (انظر الشكل التوضيحي 2).

الشكل (2)

نموذج شانون ويفر/ رسالة



ينظر (شانون ويفر) إلى الاتصال نظرة أرسطو إليه، ولكنهما صاغاها بطريقة عصرية تتناسب مع خلفياتهما في مجال هندسة الاتصالات؛ إذ قام هذا المهندسان باستعارة عدد كبير من المفاهيم الرياضية والهندسية، وبخاصة مفهوم المعالجة المعلوماتية (Information Processing)، وحاولا تطبيقها على السلوك الاتصالي مما كان له الأثر الأكبر، كما أشرنا قبل قليل، في اعتماد عدد غير قليل من الباحثين عليه في الخمسينيات والستينيات وبداية السبعينيات[3]

يشبه (شانون ويفر) الاتصال الإنساني بعمل الآلات التي تنقل المعلومات. ووفقاً لهذا النموذج، فإن المكونات الأساسية التي تصنع الفعل الاتصالي هي كما يلي: هناك مصدر المعلومات (Information Source) الذي يقوم باختيار رسالة أو سلسلة من الرسائل ويضعها في (كود/ رموز) بواسطة جهاز إرسال يقوم بدوره بتحويلها إلى

إشارات. وبعد ذلك يقوم جهاز الاستقبال بفك (كود/ رموز) الإشارات ويحولها إلى رسالة يستطيع أن يستقبلها المتلقي. ولكنه إذا ما طرأ أي تغيير على الرسالة في جهاز الإرسال وجهاز الاستقبال فإن مردَّ ذلك، برأيهما، هو التشويش الذي ينبع من الاختلاف بين الإشارات المرسلة والإشارات التي تم استقبالها.

تأمل الشكل التوضيحي للنموذج، ماذا تستنتج منه؟ إنك حتماً ستستنتج غياب دور المتلقي أيضاً في العملية الاتصالية. وتأمل كذلك مفهوم الاتصال عندهما. ماذا ستلاحظ؟ ستلاحظ أيضاً أن الاتصال لديهما هو عملية تتكون من سلسلة من الخطوات تتدفق فيها المعلومات من مرسل إلى مستقبل عبر قناة ما، ولا يكون هذا الاتصال ناجحاً إلا إذا انسابت هذه المعلومات بشكل صحيح عبر هذه القناة دون تعطيل لها من مرسِلها إلى المستقبل الذي ينتظرها. فإذا ما وقع خلل في الاستقبال فهو، برأيهما، خلل وقع في سير هذه المعلومات أثناء تدفقها وسريانها في هذه القناة. هل تأملت في هذه الرؤية للاتصال؟ أين دور المتلقي في هذه العملية؟ لا دور له، كما ترى، سوى التلقي أو الاستقبال كما هو الحال عند أرسطو، أي أنه دور سلبي وغير فاعل. ولمزيد من توضيح وجهة النظر التي تنظر إلى الاتصال من منظور الفعل (أي التأثير الخطي) دعنا نضرب لك المثال التوضيحي التالي:

لنفرض أنك اشتريت جهاز تلفزيون أو كمبيوتر جديد من متجر ما لتستعمله في بيتك، فكيف ستشغله إذا لم يأت معك الخبير إلى البيت لتشغيله؟ في هذه الحالة ستقوم بقراءة تعليمات الشركة المصنعة (الرسالة) خطوة خطوة، ومرحلة مرحلة حتى نستطيع تشغيله. فإذا نجحت في ذلك فإن العملية الاتصالية قد نجحت دون أن ترى المرسِل أو تتحدث معه أو تحاوره أو تستفسر منه عن نقطة ما. ما الذي حدث هنا بلغه الاتصال؟ الذي حصل هو أن الشركة المصنعة (المرسِل) وضعت رسالتها (التعليمات والإرشادات وطريقة الاستعمال والتركيب) في كتيب (القناة) وما عليك سوى قراءة ذلك. فإن قرأته وطبقته خطوة خطوة (سلسلة الأعمال التي تقوم بها) واشتغل الجهاز،

فقد نجحت العملية الاتصالية حسب ما يرى أصحاب هذا النموذج الخطي أي حَدَث التأثير المطلوب.

إن الاتصال بهذه الطريقة من هذا المنظور التقني يعد اتصالا ناجحا لأنه حقق هدفه أو غايته. وإذا كان هذا النوع من الاتصال يعدُّ اتصالا ناجحا في الاتصالات ذات البعد التقني غير أنه لا يعدّ كذلك في مجالات الاتصال الأخرى كمجال العلاقات الاجتماعية، لأنه يغيب دور التفاعل بين أطراف العملية الاتصالية في هذه المجالات من العلاقات الاجتماعية.

ودعني أوضح لك لماذا هو اتصال غير فاعل. تخيل بأن معلما يقوم بشرح الحصة للتلاميذ بطريقة الإلقاء، دون إشراكهم بها، أو عضو هيئة تدريس في الجامعة يلقي بمحاضرته بالطريقة نفسها، أومدير مؤسسة يوضح للموظفين في مؤسسته خطة المؤسسة للسنوات الخمس القادمة دون أن يسمع منهم وجهات نظرهم فيها، أو رب الأسرة الذي يلقي على ابنه إرشادات تتعلق بمستقبله أو ُفروضاتٌ تتعلق بزواجه دون أن يستمع إلى كلمة واحدة من ابنه حول ما سمعه منه. ما الذي سيحدث في هذه المواقف الاتصالية جميعها؟ إنها مواقف ستؤول في الأغلب إلى الفشل. ففي حالة المعلم، لقد شرح الحصة/ الدرس (الرسالة) للتلاميذ (المستقبلون) ولكنه لم يشركهم ويتفاعل معهم ويستمع إلى وجهات نظرهم وآرائهم فيما يقول. لقد تم الدرس من الناحية الفنية (الشرح)، ولكن عدم إشراك التلاميذ في الحصة ومجرياتها يجعلنا نشك بكفاءة هذا النوع من التدريس التلقيني، ومدى كفاءته تربوياً واجتماعياً ونفسياً، وبالتالي ستتوقع بأن يفشل التلاميذ في تحصيلهم في تلك الحصة، وإن نجح بعضهم، يكون المعلم قد فشل في بناء علاقات ودية ودافئة مع تلاميذه؛ لأن هذا الأسلوب من التدريس يفقدهم ثقتهم بأنفسهم، ولا ينمّي عندهم القدرة على التفكير المستقل بعيدا عن هذا المدرس. وبذا تتحول حصته إلى حصة مملة، ويتحول هو برأيهم إلى ُمدرِّس ملقِّنْ وليس ُمعلِّم ملهمْ. وكذلك الحال في وضع الأستاذ الجامعي، ومدير المؤسسة، ورب الأسرة. فأساليبهم في التعامل مع الآخرين تفتقر إلى التفاعل والمشاركة، تلك

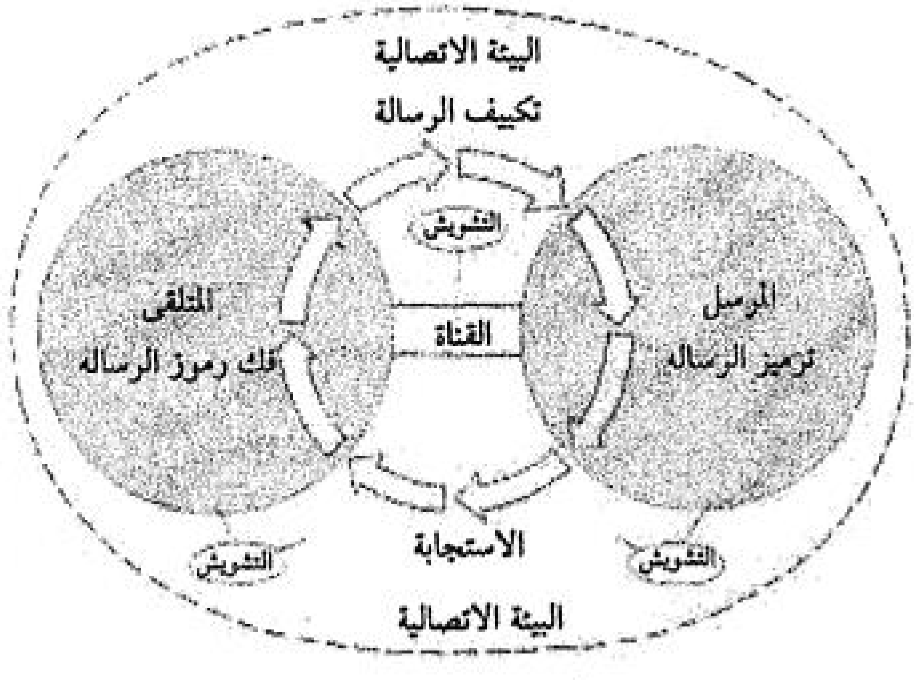
العملية الأساسية التي يقوم عليها التواصل الاجتماعي، لذا، كان لابد من ظهور نموذج جديد يأخذ هذا البعد بالحسبان.

التواصل الاجتماعي من المنظور التفاعلي

نظراً إلى جوانب القصور العديدة في وجهة النظر الخطية السابقة إلى الاتصال، فقد أدخل الباحثون في الاتصال بعداً جديداً إلى العملية الاتصالية من شأنه مساعدتنا في تفسير جوانب عديدة من سلوكاتنا لم تستطع وجهة النظر السابقة الإجابة عنها. ويتعلق هذا البعد الجديد بعملية التفاعل بين المرسل والمتلقي Communication-as-Interaction). لذا يعدُّ النموذج الجديد تطورا في التفكير الاتصالي[4]

الشكل (3)

الاتصال عملية تفاعلية



نقلاً عن بيركو وولفن 1989

ويعدُّ كلٌّ من المفكر ولبور شرام (W. Schramm)، والمفكرين وستلي وماكلين (Westley and Maclean)، اللذين صاغا نموذجا اتصاليا معا عُرف باسمهما، والمفكر

الكندي جون كوتلييه (Jean Cloutier) من أهم المفكرين الذي أسهموا في صياغة المنظور التفاعلي الدائري للاتصال.

ويقوم المنظور الجديد على مفهومين متداخلين، هما:

أ- التفاعل بين المرسل والمتلقي

ب- الاستجابة أو التغذية المرتدة (Feedback) التي يبعث بها المتلقي إلى المرسل حول ما وصله منه من رسائل؛ حيث تعمل هذه الاستجابة على تحويل الاتصال من بعده الأحادي الخطي، كما في الرؤية السابقة، إلى بعده التفاعلي الدائري القائم على سلسلة من الأفعال (Actions) وردود الأفعال (Reaction) بين المرسل والمتلقي (انظر الشكل التوضيحي 3).

وبناء على هذه الرؤية للاتصال تأخذ العملية الاتصالية الشكل التالي: هناك شخص ما يريد إرسال رسالة إلى شخص آخر، فيقوم بوضع أفكاره في رموز ويرسلها بإحدى القنوات الحسية إليه. ويقوم هذا الشخص المتلقي بتفكيك هذه الرموز، أي فهمها وتفسيرها حتى يتمكن من أن يرد عليها، لذا عليه أن يضع هو الآن أفكاره في (كود) ويرسلها إلى المتلقي (الذي كان مرسلاً قبل لحظات)؛ حيث سيقوم المتلقي الجديد بتفكيك معاني الرسالة ودلالاتها التي وصلته من المرسل. وبعد عملية التفكيك هذه يضع المستقبل أفكاره في (كود) فيقوم بإرسالها من جديد إلى المتلقي الذي يقوم بدوره بفك شيفرة ورموز هذا المرسل ليتسنى له الرد عليها. وهكذا تستمر العملية بينهما بين إرسال واستقبال، واستقبال وإرسال.

وبعد أن اتضحت لك رؤية الاتصال من هذا المنظور التفاعلي دعنا نوضحه لك من خلال منظورين إثنين يندرجان تحت هذه الرؤية التفاعلية- الدائرية للاتصال. النموذج الأول لعالم الاتصال (ولبور شرام) الذي أثر في اتجاه البحث في الدراسات الإعلامية فترة طويلة من الزمن والنموذج الثاني (كوتلييه) لعالم الاتصال.

1- نموذج ولبور شرام

حاول (شرام)، في الحقيقة، أن يؤسس لمفاهيم عديدة حول رؤيته للعملية الاتصالية، وهذه المفاهيم هي:

1- مفهوم التفاعل.

2- التغذية المرتدة أو الاستجابة.

3- الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقي.

4- القيم الاجتماعية.

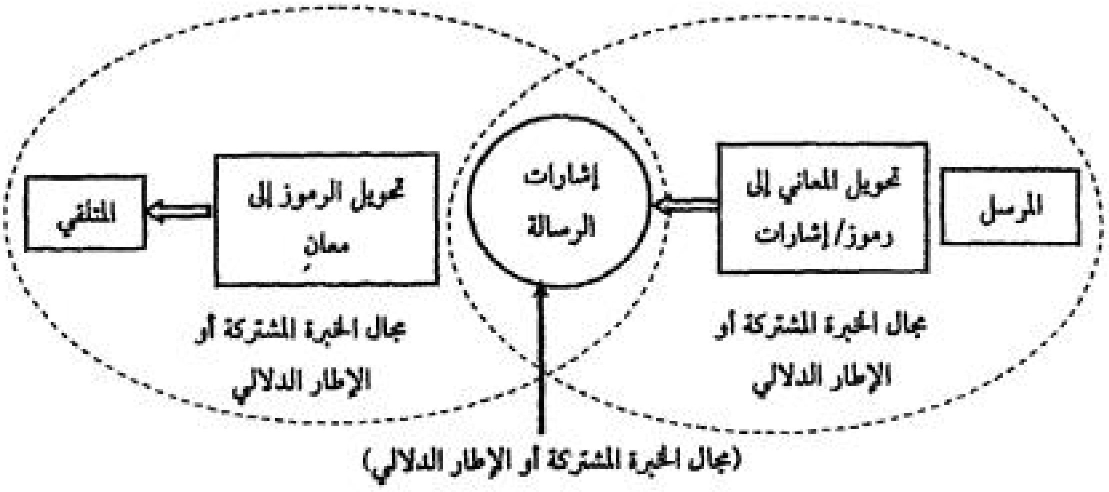
5- اللغة المشتركة بين المرسِل والمتلقي.

إن هذه المفاهيم جميعها، كما يرى (شرام)، تقوم بدور كبير في نجاح العملية الاتصالية بين المرسل والمتلقي، وبمعنى أكثر دقة فإن فهم العملية الاتصالية لا يتم دون أخذ هذه الأبعاد بعين الاعتبار.

وفي الحقيقة، فإن الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقي وكذلك الاستجابة نأت بالعملية الاتصالية عن الفهم الضيق لها والذي كان يركز على البعد الخطي- الطولي، وعمقت من الفهم الصحيح لها والذي هو أقرب للواقع[5] فالاستجابة، كما يرى (شرام)، توفر للمرسِل والمتلقي معلومات أولية عن سير العملية بينهما، وتعطي في الوقت نفسه نوعا من اهتمام المرسِل بالمتلقي باعتبار هذا الأخير فاعلا للحدث الاتصالي ومؤثرا فيه وصانعا له بالقدر نفسه الذي يصنعه المرسل أو يؤثر فيه (انظر الشكل التوضيحي4).

الشكل (4)

مجال الخبرة المشتركة أو الإطار الدلالي المشترك



والآن، تأمل في الاتصال من هذا المنظور الجديد. ما الذي أضافه هذا المنظور للاتصال إلى المنظور السابق؟ لاشك أنك ستتفق معي في أنه يعكس رؤية أشمل للاتصال من رؤية المنظور السابق، لأنه يعير المتلقي أو الطرف الآخر في العملية الاتصالية أهمية خاصة لم يُعرها إياه المنظور السابق.

وعلى الرغم من المزايا العديدة التي أضافها هذا المنظور للاتصال إلا أنه لم يخل من بعض جوانب القصور. ولقد لخص (ستيوارت ولوجان) نقاط الضعف في هذا النموذج كما يلي(6)

1- إن تفسير سير الاتصال بهذه الطريقة غير دقيق لأنها تقطع إنسابية العملية الاتصالية وتجزئها، وتقسمها بين مرسل نشط يرسل رسالة إلى متلقٍ "خامل" ينتظرها. غير أن هذا المتلقي- الخامل" يتحول إلى مرسل نشط وذلك حين يرد على ما وصله من رسائل من المرسل الذي هو الآن في حالة انتظار ما سيصله من استجابة أو تغذية راجعة. إن حالة انتظاره هذه تحيله إلى متلقٍ غير نشيط. وهكذا، كما يقول (ستيوارت ولوجان)، فإن انسيابية الاتصال لم تأخذ مجراها الفعلي

والطبيعي بينهما بل إنها بهذه الطريقة تحيل الاتصال إلى سلسلة من الأفعال المبنية على ما يسمى السبب والنتيجة Cause-effect، وإن جوهر تفسير الاتصال بالاستناد إلى مفهوم السبب والنتيجة لا يختلف كثيراً عن مفهومي المثير والاستجابة. ففي كلتا الحالتين يكون المرسِل هو المثير- أو السبب، وتكون ردود أفعال المتلقي هي الاستجابة أو النتيجة.

2- إن تجزئة الاتصال بالطريقة السابقة تشوّه العملية الاتصالية ولا تعكس طبيعتها المتداخلة والمتشابكة والمعقدة. فالقول بأن هناك مرسلاً نشيطاً يبعث برسالة إلى متلق خامل، يتحول بدوره إلى مرسل نشيط، ويتحول المرسِل إلى متلقٍ خامل، وهكذا دواليك، هو تبسيط مبالغ فيه لعملية معقدة ومتشابكة لا تأخذ باعتبارها ما يحدث فعلاً للبشر أثناء تواصلهم ببعضهم بعضاً.

إن أخطر ما في وجهتي النظر السابقتين للاتصال كما يقول (ستيوارت ولوجان) هو أنهما يفسران مشكلات التواصل الاجتماعي بردها إلى شخص واحد تسبب في هذه المشكلة أو المشكلات، وعليه فهو الملام والمسئول عن تلك المشكلة. وأما الطرف الآخر فلا لوم عليه لأنه تصرف كردة فعل لما حصل له. وهذا بالطبع تفسير ساذج وغير دقيق لما يحدث للناس وهم يتواجدون معاً. فأثناء الاتصال تحدث أشياء كثيرة لهما معاً، ومن الخطأ تحميل طرف واحد من أطراف العملية التواصلة كل ما حصل بينهما.

ورغم هذه الانتقادات، سبقى هذا المنظور، في الحقيقة، إسهاماً كبيرا في فهم عملية التواصل الاجتماعي فالتفاعل بين أطراف العملية الاتصالية شرط ضروري لانجاحها.

4- نموذج "كوتلييه":

يعدّ نموذج الباحث الكندي (كوتلييه) المسمى التل الجليدي (Ice Berg Model) من أهم النماج التفاعلية- الدائرية؛ حيث جاء نموذجه ردّ فعلٍ على النماذج

الخطية التي لم تقدم رؤية صائبة لفهم عملية التواصل الاجتماعي بشكل دقيق. ويعدّ (كوتلييه) عملية الاتصال في جوهرها عملية دائرية تفاعلية. فالمرسل في هذا النموذج هو متلقٍ أيضاً. وكذلك المتلقي هو مرسِل في الوقت ذاته. ما مرتكزات هذا النموذج؟ وكيف يفسر سير العملية الاتصالية؟

يشبه (كوتلييه) شخصية كل من المرسل والمتلقي أثناء اتصالهما مع بعضهما بعضاً في المواقف الاتصالية والمناسبات الاجتماعية المختلفة بجبلين ضخمين من الجليد مخفيين تحت سطح ماء البحر والذي لا يبدو منه للآخر سوى جزء ضئيل جداً لا يتعدى $\left(\frac{1}{8}\right)$ هذا الجبل. وأما الجزء الكبير من هذا الجبل الضخم $\left(\frac{7}{8}\right)$ فهو مخفي في أعماق البحر. ومع ذلك فهذا الجزء المخفي هو الذي يتحكم بسير الجزء البارز الذي يطفو فوق سطح الماء. أي أن الآخر الذي نتواصل معه لا يرى من شخصيتنا الحقيقية سوى $\left(\frac{1}{8}\right)$. ونحن كذلك، لا نرى من شخصيته إلا $\left(\frac{1}{8}\right)$.

وفي ضوء ذلك يولي (كوتلييه) الجزء المغمور أو المخفي من هذا الجبل تحت سطح الماء أهمية كبرى للدورالذي يلعبه في توجيه الجزء البارز منه للعيان وتحريكه. ونظراً للعمليات المعقدة التي تتم في هذا الجزء الضخم المغمور تحت سطح الماء فإنه يتوجب أن نصب اهتمامنا، كما يرى (كوتلييه)، عليه إذا ما أردنا أن نفهم طبيعة ما يحدث بين هذين الشخصين اللذيْن يتواصلان (الجبلان الجليديان). فإلى أي حد يتحكم الجزء المخفي من شخصياتنا (الجزء المغمور من الجبل الجليدي) بالجزء الذي نظهر عليه للآخرين (الجزء البارز فوق سطح الماء البحر)؟. وما مكونات هذا الجزء المغمور من شخصياتنا الذي يتحكم بسير تفاعلنا واتصالنا معهم؟.

يرى كوتلييه أن الرسالة التي نريد أن نبعثها للآخر في هذا النموذج التفاعلي الدائري تمر في ثلاث مراحل أو مناطق متداخلة قبل أن تصل إليه. وتخضع الرسالة في كل مرحلة أو منطقة منها لمتغيرات كثيرة ومعقدة، بعضها داخلي، أي يتعلق بالفرد المرسل أو المتلقي، وبعضها الآخر خارجي لا دخل لأطراف التواصل فيها. ومع ذلك

تؤثر كل هذه المتغيرات على سير العملية الاتصالية بين الشخصين (الجبلين)، وعلى محتوى الحديث بينهما، وعلى النتائج المترتبة عن هذا الحديث كذلك. وأما هذه المراحل أو المناطق فهي[7]:

مراحل سير الرسالة من المرسل إلى المتلقي

أولا: المرحلة التي تمر بها الرسالة في المنطقة المغمورة تحت سطح الماء

ثانيا: مرحلة وضع الرسالة في رموز (مرحلة الترميز).

ثالثا: مرحلة فك رموز الرسالة

وسنشرح كل منطقة من هذه المناطق أو الطرق التي تمر بها وتسلكها رسالة المرسل حتى تصل إلى المتلقي الذي ستمر رسالته هو أيضا بالطرق أو المراحل نفسها، لأن كلّ مرسلٍ هو متلقٍّ، وكلّ متلقٍّ هو مرسل أيضا وفقا لهذا النموذج.

أولا: المرحلة التي تمر بها الرسالة في المنطقة المغمورة تحت سطح الماء:

تسلك الرسالة قبل أن تصل إلى المتلقي طريقا طويلا تحت سطح الماء (الجزء المغمورمن شخصية الفرد غير المرئي للطرف الآخر الذي يتواصل معه). وهذه الطريق معقدة ومتداخلة ومتشابكة تؤثر على مجرى التواصل بين الأفراد تأثيرا كبيرا. ويتألف هذا الطريق من ثلاث مناطق هي:

1. منطقة الصراع الذاتي:

وهي منطقة تتعرض فيها الرسالة إلى بعض الصراعات غير الواعية داخل الفرد، كما يرى (كوتلييه): صراع إقدام- إحجام، أي بين رغبته بالاتصال مع الآخرين، وبين خشيته من نتائج هذا الاتصال، صراع بين رغبته بقول كل ما يريد قوله للآخر، وخشيته من هذا القول. وهكذا يستمر صراع الإقدام- الإحجام داخل الفرد إلى أن تتغلب أحد هذه المشاعر على الأخرى عنده. فإذا تغلبت رغبته في الاتصال (الإقدام)

مع الآخرين على عدم رغبته (الإحجام)، فإن المرحلة الثانية تكون قد بدأت في العملية الاتصالية.

2. منطقة الصور:

وهذه المنطقة هي أهم المناطق التي تتحكم بمحتوى الرسالة وشكلها تحت سطح الماء قبل أن تخرج إلى المستقبل. وأما الصور (Images) التي تتكون منها هذه المنطقة فهي:

أ- **صورة المرسل عن نفسه:** سواء كانت صورة أو صوراً حقيقة (طويل، قصير، بدين، عصبي، ذكي، متسرع، متسامح، فوضوي، عنيد إلخ) أو صورة/ صوراً مثالية يتمنى أن يكون عليها (يتمنى لو كان أقل سمنة إذا كان سميناً، أو أن يكون أكثر وسامة أو أكثر تسامحاً، أو أكثر تحكماً في النفس، أو أكثر نجاحاً في الحياة إلخ).

ب- **الصورة التي يرغب المرسل أن يعرفها عنه المتلقي:** كأن يرغب أن يأخذ عنه المتلقي صورة (المؤدب، أو الخلوق، أو الكريم، أو الذكي، أو المتواضع، المتدين أو إلخ). إن هذه الرغبة تتحكم في محتوى الرسالة والشكل الذي ستكون عليه.

ج- **الصورة التي يعتقد المرسل أن المتلقي يعرفها عنه:** وهذه الصورة / الصور إما أن تكون حقيقة أو أو صحيحة، وإما أن تكون خاطئة وغير صحيحة، أي ضرب من الأوهام. وفي كلا الحالتين فإن هذا الاعتقاد قد يدفع المرسل للقيام ببعض السلوكات المستهجنة أو غير المتوقعة أو غير المألوفة لعله يصحح الاعتقاد الخاطئ عنه.

د- **الصورة التي ترسم أثناء الاتصال:** وهي صورة/ صور يكوّنها كل من المرسل والمتلقي عن بعضهما بعضا أثناء الاتصال؛ وتعكس هذه الصورة / الصور نفسها من خلال سلوكات معينة يقومان بها اتجاه بعضهما بعضاً.

3. منطقة الشعور او الوعي:

وهنا تقترب الرسالة من سطح البحر بعد أن قطعت الطريق السابق كله؛ حيث يتم فيها تعديل الفرد لبعض الصور السابقة، سواء كانت عن نفسه، أو عن المتلقي.

ثانيا: مرحلة وضع الرسالة في رموز (الترميز)

عندما تصل الرسالة إلى المنطقة السابقة- أي منطقة الشعور أو الوعي- يتدخل الوعي في تشكيل الرسالة من جديد. فيقوم بشكل واع الآن باختيار بعض الصور السابقة أو باستثناء لبعضها أو تعديل لبعضها الآخر. وأما الصورة/ الصور التي استقر عليها واختارها لتمثل شخصيته فإنه يقوم بوضعها في رموز معينة ويرسلها إلى المتلقي قبل أن يلتحم به (يتصل معه). فالمرسِل والمتلقي هما- كما أوضحنا- جبلان جليديان يحاولان الالتحام/ الاتصال- القرب من بعضهما.

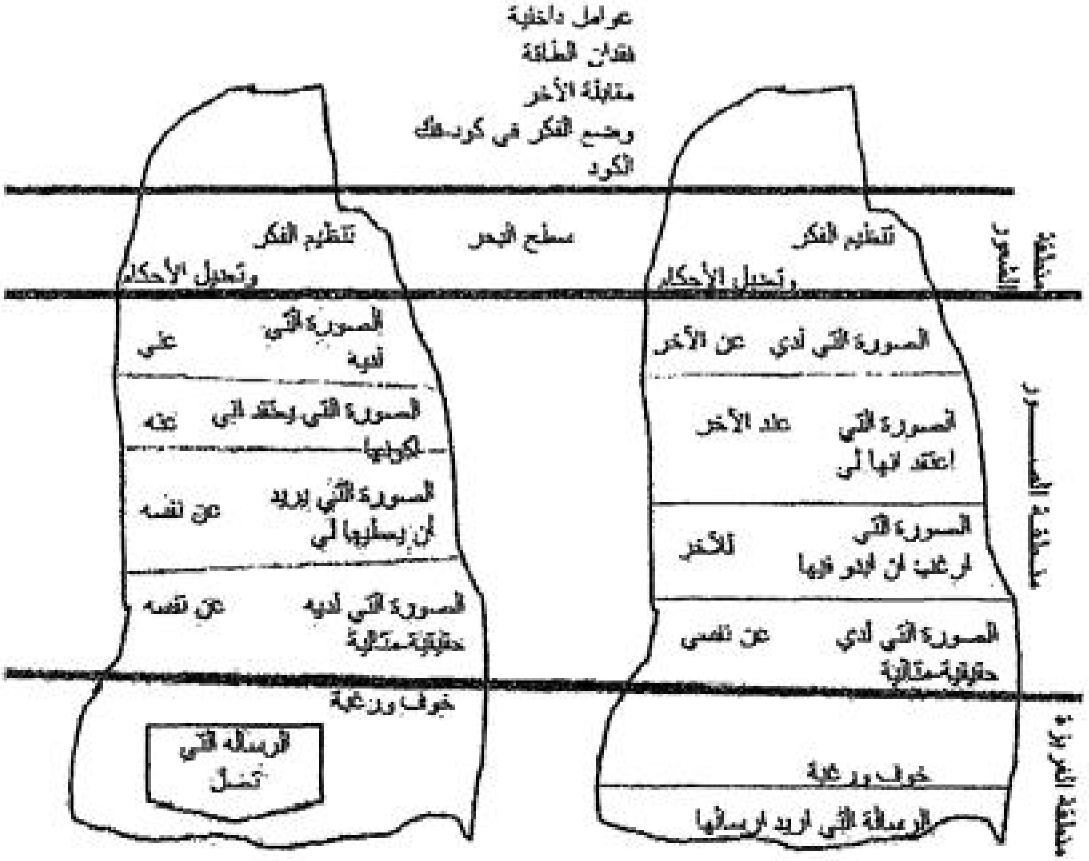
ولكن الأمر المهم في هذه المرحلة، كما يرى (كوتلييه)، هو تدخل بعض العوامل الخارجية التي قد تؤثر في اللحظة الأخيرة على الرسالة، فتفقدها شيئاً ما من حيوتها وقوتها وطاقتها أو قد تزيد منها (كتدخل شخص آخر، وظهور شيء مفاجئ لم يكن بحسبان المرسل). أي أنها، كما يقول (كوتلييه)، تحرفها عن مسارها الأصلي الذي خطط له المرسل؛ إذ كثيراً ما تسمع بعض الناس يقول: 'كنت أرغب أن أقول كذا أو كذا أو كذا. . . ولكن مجيء فلان أو تدخله، أو خجلي أو تخوفي أو ترددي أو عنادي. ... جعلني أغيّر مما كنت سأقوله'. أو تسمع أحياناً أخرى بعض الناس يقول: 'كان عندي الكثير الكثير مما كنت أحب أن أقوله له/ لها. . . . ولكنني لم أجد التشجيع المناسب منه/ منها. . .'. أو تسمع القول التالي: 'أضطررت لتغيير ما كنت أود أن أقوله لأنني وجدته/ وجدتها بخلاف ما كنت أعتقد عنه/ عنها. . .'.

ثالثا: مرحلة فك الترميز

وهي مرحلة يقوم بها المتلقي بتفكيك رموز ما وصله من رسائل للتوّ من المرسل من أجل فهم ما تعنيه هذه الرسائل وما المقصود منها، وما دلالاتها. وهنا

تتدخل أيضاً عوامل كثيرة في عملية فك الترميز، تشبه تماماً تلك العوامل التي تدخلت في حالة الإرسال السابقة. وهذا يعني أن رسالة المتلقي الآن ستمر بالخطوات نفسها أو ستسلك الطريق نفسها التي مرت بها رسالة المرسِل وسلكته، وستتعرض للمتغيرات نفسها أيضا. بمعنى آخر سيتحول المتلقي إلى مرسِل والمرسِل إلى متلق بحكم كون العملية الاتصالية ذات بعد تفاعلي. (انظر الشكل التوضيحي 5).

شكل (5)



ما المهارات التي يمكننا ان نتعلمها من التل الجليدي؟:

1- لا تنخدع بالانطباع الأولي (First Impression) الذي يعطيك إياه المتحدث عن نفسه. صحيح أن الانطباع الأولي مهم في تواصلنا مع الآخر ومع ذلك لا تجعله يتحكم أو يسيطر عليك في عملية التواصل. فكثيرا من هذه الانطباعات خادعة، وغير دقيقة، وقد تتغير في ما بعد. فطبيعة الفرد طبيعة متحركة ومتطورة

ومتجددة. فلا تزج الناس وتضعهم في قوالب نمطية جامدة في ضوء ما تراه منهم، وتتسرع في الحكم عليهم. فقد بات واضحا لديك بأن الفرد في تفاعله مع الآخرين يشبه جبل الجليد غير المحدد المعالم، والذي لا يظهر من شخصيته إلا قدرا ضئيلا.

وسأوضح لك ذلك استنادا إلى ما يمكن أن تستنتجه من العمل الشهير المعروف بسفينة 'التايتنك'. فهل شاهدت هذا العمل؟ إن كنت قد شاهدته فهل تتذكر ما الذي أغرق السفينة العملاقة في أعماق المحيط؟ إنه جبل الجليد الغائر في أعماق المحيط والذي لم يشاهد منه ربان السفينة سوى جزء ضئيل لم يعره اهتماما يذكر. غير أن هذا الجبل الجليدي كان يبرز للربان أكثر فأكثر كلما اقترب منه. ولكن عدم أخذ الربان الحيطة كاملة من هذا الجبل الجليدي في الوقت المناسب فوت عليه فرصة انقاذ السفينة في الوقت المناسب، فغرق من غرق من الركاب، ونجا منهم من نجا حين ارتطم بالسفينة.

ما دلالة هذا التل أو الجبل الجليدي وسفينة (التايتنك) في العملية الاتصالية التي تتم بيننا وبين الآخر أو الآخرين في الحياة اليومية؟ لو كنت قد شاهدت العمل أو دققت في الخلاصة التي أشرنا إليها للتوّ (عدم الأخذ بانطباعاتنا الأولية عن الآخرين أثناء تواصلنا معهم)، ستجد بإن الدلالة واضحة وهي: استخفاف الربان بضآلة حجم ما رآه من الجبل الجليدي. فلم يكن يعتقد بأن ما يرى ليس إلا جزءا بسيطا من جبل ضخم غائر في أعماق المحيط، فحصل ما حصل، وهو تدمير السفينة وغرقها في المحيط.

وهكذا البشر في تواصلهم مع بعضهم بعضاً. لا يبدون من شخصياتهم الحقيقية أثناء تفاعلهم مع الآخرين إلا قدرا بسيطا، وأما الشخصية الحقيقية فلا تظهر كلية. ويكاد يكون هذا الأمر طبيعيا في التفاعل الاجتماعي. ولكن أن ننخدع بما نرى فذاك أمر غير مقبول.

2- هناك عوامل خارجية كثيرة تتدخل في الرسالة التي نودّ إرسالها للآخر، أو يودّ

الآخر إرسالها إلينا؛ حيث تؤثر هذه العوامل على طبيعة محتوى الرسالة أو الرسائل. وهذا يعني بأن كثيرا من الجهد الذي نبذله في تصميم رسائلنا التي نود قولها للآخر، سيتأثر بسبب تدخل هذه العوامل. فكم مرة عانيت أنتَ، أو سمعت غيرك يعاني، بأن ما أردت قوله أو ما أراد هو قوله ليس هو ما أردت أو أرادا!. أي أن رسالتك أو رسالته لم تحتفظ بالدقة التي أردتها أو أرادها بأن تكون عليها، ولا تحمل المعنى أو الدلالة التي فهمها منك أو فهمتها منه، بل وصلت إليك أو إليه منقوصة أو مغلوطة أومحرفة. كل ذلك بسبب تدخل هذه العوامل الخارجية التي يسميها كوتلييه "العوامل الطفيلية".

في ضوء ما سبق من خطورة للأخذ بالانطباع الأولي عن الآخرين أثناء التواصل معهم، وفي ضوء تدخل العوامل الطفيلية التي تعمل بشكل كبير على حرف محتوى رسالتك أو رسالة الآخرين إليك عن مسارها أو مقاصدها أو أهدافها، استفسرْ دائما عن أي أمر من الأمور التي لم تفهمها ممن تتحدث معه، واستفسر أيضا عن أي أمر من الأمور التي تعتقد بأن الآخر قد يكون لم يفهمها منك كما أردت. أي شجِّع عملية الاستجابة أو رجع الصدى بينك وبين المتلقي. فهذا النموذج يقوم، كما رأيت، على ضرورة الأخذ بمفهوم الاستجابة في عملية التواصل الاجتماعي. لقد بات واضحا لك بشكل جلي لا يدع مجالا للشك في أكثر من مكان في الفصلين السابقين، أهمية الاستجابة أو التغذية المرتدة ودورها في العملية الاتصالية.

التواصل الاجتماعي من المنظور التبادلي

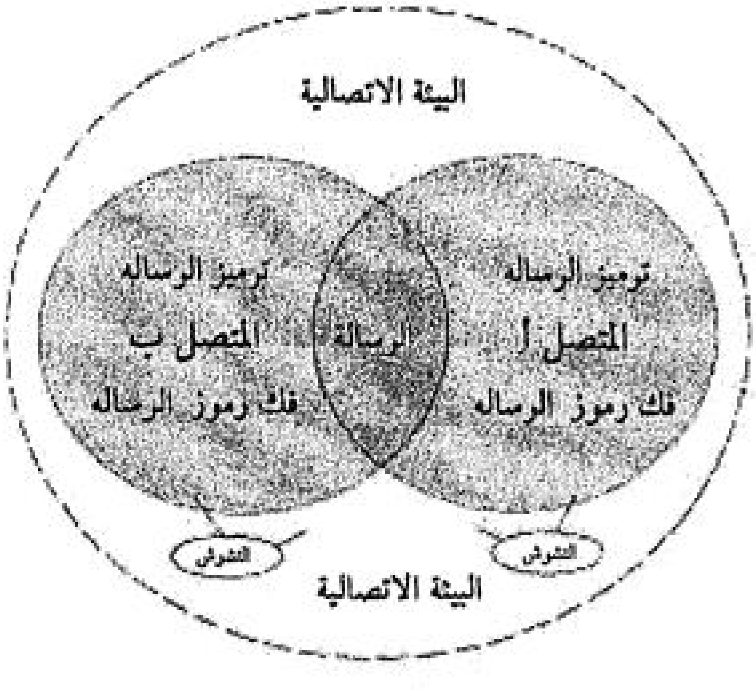
تأثرت النظرة إلى عملية التواصل الاجتماعي بالتعديلات والإضافات التي أدخلها عليها الباحثون والمنظرون في علم الاتصال عبر التطور التاريخي لاهتمامهم بالتواصل الاجتماعي بعدّه عملية محورية في حياة الناس. وتعكس هذه التعديلات ما طرأ على التفكير في مسألة التواصل الاجتماعي والرؤى المختلفة لهذه العملية الاجتماعية. فلم يعد المنظورون والباحثون يكتفون بالمنظورَيْن السابقَيْن في فهمهم

للعملية الاتصالية ذات الطبيعة الحيوية والديناميكية. ومن هـذا المنطلـق جاء منظـور التبـادل المشـترك، أو التجـاوب المتبـادل بـين أطـراف العمليـة الاتصـالية (Communication-as-Transaction) ليضيف عمقاً جديـداً، ورؤيـة أكثـر شموليـة لفهم العملية الاتصالية المعقدة ذات الأبعاد المتعددة والمتغيرات المتشـابكة الـتي تـؤثر على مجرياتها وتتحكم بنتائجها (انظر الشكل التوضيحي6).

ما الذي يضيفه هذا المنظور الجديد؟

شكل (6)

الاتصال التبادلي (الاتصال متعدد الابعاد)



نقلاً عن ريوي بيركو وأندرو ولفن 1989

هناك فروقات كثيرة، في الحقيقة، بين نظرتنا إلى الاتصال بعـدّه فعـلاً مـؤثراً، أو بعدّه عملية تفاعلية بين المرسِل والمستقبل، وبين نظرتنا إليه بعدّه تبادلاً وتجاوبا وحواراً مشتركاً بين الأطراف المتصلة (Transactional view). وقد أجمل الباحثان (ستيوارت ولوجان) أهم هذه الفروقات بما يلي(8).

1. يركز المنظوران السـابقان للتواصـل الاجتمـاعي علـى الأفـراد المتصـلين وعلـى

سلوكاتهم أثناء التواصل، أي على المرسِل وما يجب عليه أن يقوم به حتى يؤثر على المتلقي، في حالة المنظور الأول، وعلى ردود أفعال المتلقي واستجاباته على رسالة المرسِل في حالة المنظور الثاني. ولكن الأمر في حالة المنظور التبادلي مختلفة نوعاً ما. فالتركيز، كما يرى أصحاب هذا المنظور، يجب أن ينصب على ما يفعله الطرفان معاً دون إعطاء أولوية لأحدهما على الآخر. لماذا؟ لأن الفعل الاتصالي، فعل تعاوني وتبادلي يشترك فيه الاثنان معاً وبنفس الوقت في بناء معانيه وصياغة دلالاته وتقرير نتائجه.

2. ينظر أصحاب المنظورين أوجهتي النظر السابقتين للتواصل الاجماعي إلى الأفراد المتصلين بأنهم كيانات أو أشخاص مستقلة عن بعضها قبل اتصالهما، ينتظر أحدها الآخر ليبدأ الاتصال معه، ليقوم بدوره بعد ذلك في الرد عليه؛ في حين ينظر أصحاب المنظور التبادلي إلى التواصل نظرة أدق وأشمل؛ فالعملية الاتصالية نفسها، برأيهم، تغيّر الأفراد المتصلين. فحالما يتم الاتصال بين الأفراد يصبح هناك اندماج وتبادل بين الأدوار يصعب تحديد نقطة البداية والنهاية فيها، ويصعب معرفة مَن المرسِل ومن المتلقي. وهذا بحد ذاته فهم جديد وحديث لمعنى عملية التواصل الاجتماعي.

وفي الحقيقة، فإن التغير الذي يحدث للأفراد أثناء الاتصال، والاعتماد المتبادل فيما بينهم في صياغتهم وبنائهم لمعاني رسائلهم ومسئوليتهم المشتركة عما تمخض عنه اتصالهم دون تحميلها لأحدهم وإعفاء الآخر منها هو المبدأ الذي يستند إليه أصحاب المنظور الجديد في رؤيتهم لطبيعة عملية التواصل الاجتماعي. فالفعل الاتصالي، من هذا المنظور، هو فعل يحقق كل طرف من أطرافه وجوده، ويعطي لهذا الوجود معنى. إنه فعل يسمح لشخصية الفرد بالتفتح والعطاء. أليس هذا البعد في الاتصال هو البعد الحقيقي لمعنى التواصل الاجتماعي؟

إن الفعل الاتصالي، إذاً، فعل لا يقرره شخص واحد، إنما الاثنان معاً. فكلاهما يقوم بتفسير الموقف الاتصالي والتعبير عنه بواسطة الرسائل الاتصالية

التبادلية المشتركة في وقت واحد (Simultaneous) ممّا يجعل العملية الاتصالية أكثر انسيابية وتدفقاً وحياة. ولهذا، فإن النظر إلى الاتصال من هذا المنظور الحيوي، يعدّ أكثر اقتراباً من الفهم الحقيقي لطبيعة التواصل الاجتماعي.

هل النظرة إلى التواصل الاجتماعي من هذا المنظور التبادلي ذات فوائد يمكن أن نجنيها منه؟ نعم. هناك العديد من الفوائد. بعضها قد تكون استنتجته بنفسك من خلال خبراتك وتجاربك اليومية، وبعضها الآخر يزودنا به ستيوارت ولوجان:

1- يُقدم هذا المنظور فهماً أشمل وأعمق إلى طبيعة العملية الاتصالية بين الناس. فسلوكات البشر ليست بتلك الحدية القائمة على المثير والاستجابة، أو السبب والنتيجة وإن كان بعضها، بالطبع، يأخذ هذا الشكل في أحيان كثيرة. لكن الغالبية من هذه السلوكات ذات طبيعة معقدة تتداخل فيها عوامل كثيرة، لا يكفي مفهوم المثير والاستجابة أومفهوم السبب والنتيجة بفهمها وتفسيرها.

2- يحثنا هذا النموذج إلى تفسير السلوك الاتصالي خارج حدود المثير- الاستجابة، كما قلنا، وإلى البحث عن تلك العوامل والمتغيرات النفسية والاجتماعية والثقافية والمادية التي تؤثر على مجريات العملية الاتصالية قبيل حدوثها وأثناء حدوثها.

3- نظراً لأن الاتصال من هذا المنظور هو عملية تبادلية مشتركة تندمج فيها الأطراف المتصلة، لذا فإن النتائج المترتبة عن هذا الاتصال ليست من صنع أحد أطراف هذه العملية، بل هي من صنع هذه الأطراف معاً.

وفي الحقيقة، فإن النظر إلى التواصل الاجتماعي من هذا المنظور يعدّ في غاية الأهمية حين نأتي للتعامل في حل المشكلات الاجتماعية المترتبة عن التفاعل والتواصل بين الناس عامة و المشكلات أو الخلافات داخل الأسرة بخاصة. وهذا يعني بإنه لا يجوز تحميل طرف ما من أطراف الأسرة، الزوجة وحدها مثلا، أو الزوج وحده المسؤلية الكاملة عن المشكلات داخل الأسرة. فكلا الطرفين مسؤول في التسبب بهذه المشكلات، ولكن كلاً منهما يتحمل مقدارا معينا من

التسبب فيها بصرف النظرعن حجم هذا المقدار؛ بمعنى آخر قد تكون الزوجة بنظر زوجها مسؤولة مسؤولية كبيرة تصل إلى ما نسبته (90٪) عن رسوب ابنهما في الثانوية العامة لأنها لم تقم بتدريه كما ينبغي، أو فشل زواج إبنتهما البكر، إنها لم تعلمها تحمل مسؤولية تكوين أسرة.

ولو حاولنا الأخذ بوجهة نظر الزوج في المشكلة وسلّمنا بها جدلا لوجدنا أنه هو الآخر متسبب بهذه المشكلة ولكن بنسبة ضئيلة للغاية قد لا تلفت النظر إحصائيا (10٪). ومع ذلك من يدرينا بأن هذه النسبة الضئيلة ليست هي المسؤولة عن هذه النسبة الكبيرة التي تسببت بها زوجته؟ فقد يكون غياب الزوج المتكرر عن البيت، مثلا، زاد من أعباء زوجته التي هي زوجة عاملة أيضا. فهي بسبب ذلك لم يعد لديها الوقت الكافي للإشراف الكافي على إدارة شؤون البيت وحدها، أي لم يعد لديها الوقت الكافي للجلوس مع أبنائها وتدريسهم، والاستماع إلى مشكلاتهم. فلماذا تتحمل مسؤلية كل ما يجري؟ أليس ما يحصل في البيت حسب المفهوم الحديث للزواج مسؤولية مشتركة. لذا، فإن هو تحميله الزوجة مسؤولية فشل الإبن في امتحان الثانوية العامة عمل غير منصف، ويزيد من تفاقم المشكلة ولا يعمل على حلها، وكذلك فشل زواج الإبنة. أين درر الأب في تنشئتها؟ لماذا يترك المسؤلية كلها على الأم؟ لذا، يعلمنا هذا النموذج أنْ نتحمّل المسؤلية مهما بدت لنا ضآلة نسبة دورنا في أعمالنا. فما دام الفعل الاتصالي فعلاً مشتركاً بين أطراف العملية الاتصالية لا يحق لنا التنصل من تحمل تبعيات ما ينجم عنه. إن فهمنا للفعل الاتصالي بهذه الطريقة يساعدنا على حل العديد من المشكلات الأسرية والاجتماعية والمهنية. فهذا أفضل من أن نلقي المسؤولية على طرف واحد من أطراف هذه العملية الديناميكية: فكلا الطرفين متسبب في المشكلة، وكلاهما مسؤول عن حلها.

4- يزيد هذا المنظور الشمولي للتواصل الاجتماعي من قدرتنا في فهم بعض التصرفات والسلوكات التي تصدر عن بعض الأفراد في بعض المواقف

السلوكية، كلجوئهم إلى الحيل الدفاعية (Defense mechanism) لتبرير أخطائهم أو فشلهم. إن استخدام هذه الحيل، كما يرى ستيوارت ولوجان، ليس سوى شكلٍ من أشكال التعبير عن عجز هؤلاء الأفراد من تحقيق ذواتهم في العملية الاتصالية- التبادلية. تتعلق بحالات الشخصية عند الباحث (إيرك بيرن)، المنظور التبادلي بمعناه الذي أوضحناه للتو غير إن نظرته للتواصل الاجتماعي.

التحليل التبادلي عند ايريك بيرن

يعدّ عالم النفس (إيريك بيرن) رغم بإن (إيريك بيرن) معنيٌ بالتواصل الاجتماعي من المنظور بمعناه الواسع فإن نظرته لعملية التواصل الاجتماعي ليست بعيدة عن هذا الفهم في الحقيقة من أهم الباحثين من اهتم بالاتصال من منظور التبادل بمعناه الواسع بين الأفراد. ففي منتصف الستينيات قدم بيرن نماذج عديدة توضّح الأشكال المختلفة للتبادلات (Transactions) بين اثنين من الأفراد أثناء اتصالهما ببعضهما بعضاً. وأطلق بيرن على ذلك مصطلح التحليل التبادلي(9) .

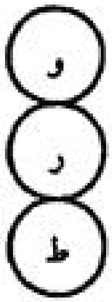
ونظراً لأهمية هذا النموذج التحليلي فقد كان له تطبيقات كثيرة في الحياة اليومية بشكل عام والمهنية بشكل خاص عملت على زيادة مهارات الأفراد في عملية الإرشاد النفسي بأشكاله المختلفة، وفي علاج جنوح الأحداث والسلوك الجرمي. فما التحليل التبادلي؟ وكيف تتم عملية التبادل بين الأفراد داخل الأسرة أو العمل أو الجامعة، أو أي مكان آخر يتبادل فيه الناس حوارات ونقاشات معينة؟ وما علاقة هذا التبادل بحالات الشخصية لكل فرد من هؤلاء الأفراد؟.

تتلخص نظرية (أيريك بيرن) فى القول بأن الطبيعة التعددية للإنسان تحوي فى داخلها ثلاث شخصيات فى شخصية واحدة مما يؤدى إلى أن يلعب الإنسان ثلاثة أدوار متسقة مع هذه الشخصيات بالتناوب وربما معا وفى آن واحد. ويصعب، في الواقع، فهم التبادل بين فردين يتحادثان معا حول موضوع ما دون فهم دقيق للأجزاء الرئيسة التي تتكون منها شخصية كل منهما كما يقول (بيرن). فهذه الأجزاء هي

المفاتيح الرئيسة لفهـم شخصـيتيهما ونـوع التبـادل الـذي يمارسـانه. لمـاذا؟ لأن هـذه الأجزاء من الشخصية، كما يرى، هي التي تحرك مشاعر وأفكار وسلوكات كل منهما بصورة مستمرة. وهي أيضاً التي تفسر لنا لماذا يتصرف فرد ما بهذه الطريقة أو تلك، في حين يتصرف فرد آخر بطريقـة أخـرى مختلفـة. فمـا هـي الأجـزاء الـتي تتكـون منهـا شخصية الفرد كما يرى (بيرن)؟

حالات الشخصية عند إيريك بيرن

يرى (بيرن)، بحكم تخصصه في الطب النفسـي، أن الطبيعـة التعدديـة للإنسـان تضم بداخلها ثلاث شخصيات في ذات واحدة. بمعنى آخر إن شخصية كـل فـرد مـن الأفراد إنما تتكون من ثلاثة أجزاء أو حالات رئيسية أطلق عليهـا حـالات الـذات أو الأنا (Ego state). وتظهر هذه الحالات في سلوك الفـرد أثنـاء تفاعلـه مـع الآخـرين، وهذه الذوات هي التي تحرك أفكار هذا الفرد ومشاعره وسلوكاته وهي[10]:



1- الذات الوالدية Parent Ego State

2- الذات الراشدة / العاقلة Adult Ego State

3- الذات الطفولية Child Ego State

وسنشرح كل ذات من هذه الذوات بالتفصيل حتى نزودك بالمهارات الاتصالية اللازمة في تفاعلك معها.

أولاً: الذات الوالدية

تتكون الذات الوالدية في الشخصـية مـن تجمّـع هائـل مـن الأفكـار والمشـاعر والآراء والاتجاهات والقيم والتصـرفات الـتي اكتسـبها الفـرد، وتعلمهـا في السـنوات

المبكرة من حياته من أولئك الذين أشرفوا على تنشئته الاجتماعية كوالديه أو أجداده أو أعمامه أو أخواله أو إخوته ممن يكبرونه سنا أو غيرهم ممن أشرفوا على تنشئته في السنوات الأولى من حياته. إذ يختزن الطفل هذه القيم والآراء والاتجاهات ويسجلها تلقائيا في ذاكرته دون تنقية أو تفكير أو تغيير بمحتواها.

ففي السنوات الأولى من عمره يتلقى الطفل العديد من الرسائل اللفظية وغير اللفظية من والديه، فيختزنها في دماغه دون مراجعة أو تقييم لها؛ لأنه غير قادر في هذه المرحلة على تشكيل المعاني وتحليلها. ومن هذا المنطلق، فإن ما يتلقاه الطفل من والديه أثناء تنشئتهم له أو من يقوم مقامهم في ذلك، كما يرى (بيرن)، سيؤثر على سلوكه وتصرفاته وأفكاره ومشاعره في مرحلة لاحقة من عمره حين يتفاعل مع الآخرين ويتصل بهم. وعندما يكون الفرد في حالة تفكير أو شعور أو تصرف بالطريقة التي كان والداه، أو من يقوم مقامهم، يفكران بها أو يشعران بها أو يفعلانها فإننا، كما يقول (بيرن)، إن هذا الفرد واقع تحت تأثير الذات الوالدية.

ويميز (بيرن) بين وجهين للذات الوالدية عند الفرد هما[11]:

أ. الوالدية الراعية/المهذبة (Kind Parental ego state):

وتتكون هذه الذات من خلال تأثر الطفل بشخصية والديه من حيث العطف الذي يمنحانه له وللآخرين، وإعطائهما النصائح، ورعاية الآخرين، ومساعدة الآخرين وقت الحاجة أو الضيق. أي أن هذه الذات هي انعكاس للجانب الإنساني اللطيف والمهذب الذي تعلّمه الطفل من والديه. وإذا ما تصرف مع الآخرين وفق هذه الذات فإنه لا يوبّخهم أو يعنّفهم أو يعاقبهم على ما بدر منهم من هفوات أو أخطاء أو زلات. بل كثيرا ما تجده يؤثر الآخرين ولو كان ذلك على حساب راحته. إن هذه الصفات تجعل الآخرين يقبلون عليه إذا ما تعرضوا لبعض المشكلات؛ إذ يجدون فيه والدا حنونا، وناصحا، ومتسامحا ومساعدا، ومرشدا لهم في حل هذه المشكلات.

ب. الوالدية الانتقادية/الحازمة (Strict Parental ego state):

إذا كانت الذات الوالدية المهذبة هي انعكاس لكل ما هو لطيف ومهذب تعلمه الطفل من والديه، فإن هذه الذات هي انعكاس لكل ما تعلمه الطفل من حزم أو تعصب أو تحيز أو عدم تسامح منهما. لهذا، يقول (بيرن)، نجد أن الأطفال الذين يقعون تحت هذه الحالة يتصرفون بطريقة تتسم بالشدة والتهديد والحزم والنهي والأمر والانتقاد والعقاب.

كيف تتعامل الذات الوالدية مع الآخرين:

يرى (بيرن)، أنه عندما يفكر الفرد أو يتحدث أو يشعر أو يتصرف بطريقة مشابهة للطريقة التي كانت تقوم بها الشخصيات الوالدية التي تأثر بها الطفل في طفولته إنما يكون هذا الفرد واقعاً تحت تأثير حالة الذات الوالدية. فقد يتصرف كذات راعية ومهذبة ولطيفة، عندها يكون ناصحاً أو مساعداً للآخرين الذين يتعامل معهم، أو عطوفاً عليهم أو مهذبا معهم، "هذا عمل جيد" أو "هذا عمل يتم تنفيذه بشكل مرض" أو "لا تهتم، فالأمور ستتحسن إن شاء الله". أو يتعامل مع الآخرين كذات انتقادية، أو متحيزة، أو متعصبة، أو متوعدة، أو آمرة زاجرة لهم: "عمرك لن تتعلم" أو "أنت دائماً تعمل بطريقة خاطئة" أو "متى تتعلم يا غبي أو يا كسول".

أمثلة توضيحية:

انظر الحالات التالية التي تظهر فيها التبادلات الوالدية المهذبة، كما في حالة المدير الذي يقول لموظف جديد ثقته بنفسه ضعيفة جداً وعديم الخبرة بالعمل الموكل إليه ولكنه لا يوبخه بل يشجعه:

- المدير: "حاول يا ابني، فأنا واثق أنك تستطيع تنفيذ هذه المهمة؟ أليس كذلك؟".

لاحظ الدور التشجيعي الذي قام به المدير: إنه دور الواثق بقدرات الآخرين، والمشجع لهم، والباني للثقة بهم. وهو دور، كما تلاحظ، يقوم به الأب أو الوالد الراعي لأبنائه واللطيف معهم والمشجع لهم.

ولكن انظر إلى المثال نفسه بين المدير الذي تسيطر عليه الذات الوالدية الانتقادية والموظف نفسه عديم الخبرة والثقة بالنفس:

- المدير: إذا لا تملك الخبرة المطلوبة، فاترك العمل. فأنا أريد عملاً ممتازاً، وليس ارتجالياً. هل فهمت؟.

عليك أن تحكم الآن: أي الأسلوبين في الاتصال والتبادل مع الآخرين أفضل من غيره؟ وأيهما يقوّي من تواصلنا معهم ويدعّم ثقتهم بنا أكثر من غيره؟ وأيهما يختلف المشكلات بيننا وبينهم؟.

ثانيا: الذات الراشدة /العقلانية

لا ترتبط هذه الذات بسن البلوغ المتعارف عليه كما قد يوحي اسمها للوهلة الأولى. وإنما هي حالة تتمثل في القدرة على التفكير بعقلانية، وموضوعية، ومنطق، ورشد مبني على إدراك الحقائق والربط بين العلاقات وأخذ الإيجابيات والسلبيات أو المزايا والسلبيات قبل اتخاذ القرار. وتنمو هذه القدرة على التفكير الواضح والعقلاني في المراحل الأولى لنمو الطفل وتستمر طوال الحياة. حيث تقوم هذه الذات برصد الواقع المادي واستكشافه وتحليل ما فيه من متغيرات وبيانات ومعلومات ووقائع. ثم تقوم بعد ذلك بتخزين هذه المعلومات لتختار منها لاحقاً ما يتناسب مع الموقف أو المواقف التي تتعرض لها. وإذا ما تصرف الفرد بهذه الطريقة أو هذا الأسلوب أثناء تفاعله مع الآخرين فإننا نقول: بأن هذا الفرد واقع تحت تأثير الذات الراشدة.

كيف تتعامل هذه الذات مع الآخرين؟ تتصرف هذه الذات مع الآخرين بشكل عام بموضوعية وعقلانية وواقعية في جمع البيانات وإعطائها لمن يطلبها منها، والتريّث قبل إصدار الأحكام على الأشياء والآخرين، والموازنة بين الأمور، وتقدير الاحتمالات، وحل المشكلات بطريقة علمية ثم اتخاذ الإجراءات المناسبة لتحقيق الأهداف.

مثال توضيحي:

يقول أحد المعلمين لطالب من طلابه لم ينجح في الامتحان:

- "تعالَ إلى مكتبي في وقت فراغك لأبحث معك أسباب إخفاقك في الامتحان، ونضع حلولاً مناسبة تساعدك على تجاوز ذلك في المرات القادمة".

لاحظ هنا، أن المعلم لم يوبّخ الطالب، ولم يهدده، ولم يحمّله مسئولية هذا الفشل قبل معرفة الأسباب. لذلك استدعاه إلى مكتبه في وقت الفراغ ليبحثا معاً الأسباب التي أدت إلى الفشل، وفي ضوء ذلك يضعان لها الحلول الممكنة. أليس هذا الأسلوب، برأيك، هو أسلوب فاعل وناجح في اتصالنا مع الآخرين؟ ثم أليس هذا النمط من الشخصيات هي شخصيات راشدة وعقلانية ولا تتخذ قراراتها إلا بعد ترو ودراسة للأسباب؟.

ثالثاً: الذات الطفلية

تشمل الذات الطفلية تسجيلاً لخبرات الفرد ومشاعره وأحاسيسه الداخلية التي خبرها ومرّ بها وعاشها في طفولته وتركت بصماتها على شخصيته. إنها ذات تحتوي على كل ما عاش الطفل من تجارب، وما خبره من مشاعر وأحاسيس داخلية، وقام به من تصورات حين كان في السنوات الأولى من طفولته. ويمكن التعرف على هذه الذات حين يتصرف الفرد مع الآخرين مثلما كان يفعل عندما كان صغيرا. عندها نقول ان هذا الفرد يقع تحت هذا النوع من الذات. ولا يمكن أخذ هذه الذات ككل إذا ما أردنا فهمها. فهي خليط مركب من ثلاثة أجزاء/ أوجه رئيسة يمكن التعرف عليها من خلال ملاحظة ما يصدر منها من سلوكات ونتائج هذه السلوكات. وأما هذه الأجزاء/ الأوجه فهي[12]:

أ. ذات الطفل المتكيف/المذعن Adapted child ego:

وهو الوجه المدرّب من الذات الطفلية تدريباً حسناً، وتغلب عليه مشاعر الأدب والخجل واللباقة في تعامله مع الآخرين. كما أنه يبدي استعداداً واضحاً للتكيف

والاندماج في الحياة الاجتماعية. وهكذا، تتصرف هذه الذات بناء على ما هـو متوقـع منها أن تتصرف، كما يقول (بيرن)، أي أن رغبـات الآخـرين هـي الـتي تحـرك هـذه الذات. إنها ذات تكتم انفعالاتها ولا تصرح بها، وتخـاف خوفـا كـبيرا مـن الآخـرين خاصة إذا فعلت شيئا ما يخالفهم، وتتحمل إساءات الآخرين رغـم شـعورها بـالمرارة وعدم الرضا، وتنسحب من المواقف الخلافية أو التصادمية، وتقبل الحلول الوسط.

ويميز (بيرن) بين نوعين من ذات الطفل المتكيف هما: التكيف الإيجـابي، وهـو تكيف تعكس فيه الذات كل ما هـو متوقـع منهـا مـن إيجابيـات تتبـدّى في سـلوكاتها وتصرفاتها المقبولة. وأما النوع الثـاني مـن التكيـف فهـو السـلبي، ويتمثـل بالخضـوع والطاعة العمياء والامتثال للاعتقادات الاجتماعية السائدة، كانسحاب طفـل مـا مـن نقاش أسري في أحد المواقف المتوترة، وذلك حماية لنفسه مـن التعـرض للنقـد. وهـذا الأسلوب الانسحابي، في رأي (بيرن)، هو شكل من أشكال الدفاع السلبي عن الذات؛ إذ كان من المفترض ألاّ ينسحب من الموقف بل يبقـى ليناقـش بـأدب ولطـف ولباقـة جوانب الموقف المختلفة مع الأسرة.

ب. ذات الطفل المتمردة Rebellious child ego:

تظهر هذه الذات لدى الفرد عندما تمارس السلوكيات الوالدية الناقدة والظالمـة نحوه (صغيرا كان أو كبيرا). هنا يظهر هذا الوجـه مـن الـذات احتجاجـا علـى سـوء المعاملة التي يمارسها الوالدان مع ابنهما.

ويتصف هذا الوجه أو الجزء من ذات الطفولة المتمردة بخصائص عديدة أبرزها وأوضحها: أنها ذات مشدودة، ومتحفزة، ورافضة، وعنيدة، وعدوانيـة، تغلـب عليهـا مشاعر الأنانية والميل إلى الانفعال الشديد، والغطرسة والغرور، وصعوبة الانقياد. إنها كذلك ذات تكره الهزيمة، ولديها رغبة في التفوّق على الآخرين. إنها ذات تواجه القوة بالقوة، ولديها القدرة على الوصـول إلى مـا تريـد. وبالإضـافة إلى ذلـك ذات مـاهرة وحاذقة في ذلك دون تدريب.

ج. ذات الطفل التلقائي أو الطبيعي Free /Natural child ego:

وهو الوجه أو الجزء الذي يغلب عليه حب الاستطلاع والرغبة والابتكار والانطلاق دون رقيب أو قيد. فهو تماماً مثل الطفل- كما يقول بيرن- تلقائي، وحر، وعفوي لا يفكر بالعواقب. وأحياناً كثيرة يكون أنانياً ومتسرعاً وفورياً في الحصول على ما يريد، يسعى ويطلب ما يريد، يحب اللمس، يفكر في نفسه فقط، يأخذ أكثر مما يعطي، يخاف أن يكون على خطأ مما يجعله يخاف المسؤولية. فذات الطفل التلقائي هي ذات تريد إشباعات فورية لحاجاتها، ومتطلباتها التي لا تتوقف، وهي ذات تريد نتائج سريعة وضمانات وتأكيدات مضمونة ويقينية.

وباختصار تتصف الذات التلقائية الفطرية أو الطبيعية بصفات عديدة كما يرى (بيرن) بأنها ذات: سريعة الغضب، وتعبيرية أي أنها تعبر عن مشاعرها بطلاقة للآخرين، وتحب الفكاهة والدعابة وتشيع حولها جوا من البهجة، سريعة البديهة، ومبتكرة ومجددة، ومتمركزة حول نفسها، وتأخذ المواقف الدفاعية، وتخاف من الوقوع في الخطأ، وتتبع التعليمات على مضض. وبالإضافة إلى هذا إنها ذات مستهترة، وتنافسية، وأنانية، ومندفعة، ومحبة للاستطلاع، وودودة حين تستجاب مطالبها، وغاضبة وعاصفة في الرد حين لا تستجاب هذه المطالب، وصادقة في تعبيراتها عن مشاعرها[13].

وعلى أية حال، فإن هذه الوجوه الثلاثة للذات ليست ذوات مستقلة عن بعضها. فعندما يكبر الفرد فإنه يستعملها جميعها. ولكن قد يسيطر وجه ما منها أكثر من غيره على الشخصية في بعض المواقف ويكون واضحاً أكثر من غيره فيغلب هذا الوجه على الشخصية دون سواه.

كيف تتعامل حالة الذات الطفولية مع الآخرين

لقد قلنا: إن الطفل الفطري هو ذلك الجزء الحر والطليق وغير الخاضع للمراقبة من ذات الطفولة. فحينما يتصرف الفرد أو يفكر أو يشعر بنفس الطريقة التي

كان يشعر بها أو يتصرف أو يفكر بها حين كان طفلاً نقول: إنه واقع تحت تأثير الحالة الطفلية. ونظراً لأن هذه الحالة الطفلية تتكون من ثلاثة أجزاء فإننا نتوقع الأنماط الآتية من السلوكات:

- **النمط المتكيّف إيجابياً**: يلجأ الفرد غالباً هنا إلى أساليب التعبير المقبولة والمقرّة اجتماعياً كقوله: شكراً، أو من فضلك، أو بارك الله فيك أو هذا مناسب لنا جميعاً أو هذا مقبول لدينا. ماذا أستطيع أن أفعل لك؟ أنا على استعداد، إلى آخره من الأنماط السلوكية الإيجابية.
- **النمط المتكيّف سلباً**: يتسم هذا النمط بالانصياع التام للآخرين وموافقتهم على كل ما يقولونه: مثل: أمرك أو أنا تحت تصرّفك أو أمرك على راسي أو أنا لا أقدر أن أخالف الأوامر، أو كلامك أوامر. . . إلخ.
- **النمط التلقائي/ الفطري**: وهو نمط يتعامل مع الآخرين بعفوية ويعبّر عن مشاعره بطلاقة دون خوف. كقول صديق لصديقه متحمساً: الله ما أجمل هذه السيارة! إنها ساحرة! أود أن أشتريها.
- **النمط المتمرد**: وهو نمط يتعامل بعدوانية مع الآخرين، ولا يقبل الانصياع أو الامتثال لآراء الآخرين أو موافقتهم على كلّ ما يقولونه. مثال:

لماذا أنا المطلوب مني دائماً أن أقوم بهذا العمل وليس فلان؟ أنا لن أقوم به. دَعْ فلاناً يقوم بذلك.

والآن، بعد أن تعرفت على الحالات الثلاث للشخصية عند (بيرن) والتي تؤثر كل حالة منها على سلوكاتنا وتفاعلاتنا وتعاملاتنا مع الآخرين دَعْنا نطرح عليك السؤال الآتي:

تخيّل أن هناك شخصين من الأشخاص يتحدثان مع بعضهما بعضاً في أمر ما من الأمور المهنية أو الاجتماعية أو التعليمية أو الأسرية، وكانت تسيطر على أحدهما حالة ما من حالات الشخصية السابقة، في حين كانت تسيطر على الآخر حالة أخرى

مختلفة من تلك الحالات الثلاث. ما الذي سيحدث هنا في هذا الموقف؟ كيف سيكون اتصالهما؟ هل سيكون اتصالاً ودياً؟ أم اتصالا صراعياً؟ أم تعاونياً؟ أي هل سيكون اتصالاً ناجحاً؟ أم فاشلاً؟ ولماذا؟.

إن إجابتك لن تكون سهلة عن هذه الأسئلة مما يجعلنا ننتقل معك إلى توضيح مفصل للاحتمالات الممكنة في هذه الحالة أو الحالات المشابهة لها. بمعنى آخر دَعْنا ننتقل إلى التحليل التبادلي الذي أشرنا إليه في بداية هذا الجزء، ونربطه لك بحالات الشخصية.

أشكال التواصل التبادلي وحالاته

يقول (بيرن) في عمله المعروف: الألعاب التي يلعبها الناس، إننا حين نتواصل مع الآخرين في المواقف الاتصالية المختلفة، إنما نمارس مع بعضنا بعض الألعاب (Play Games). فالتواصل اليومي بين الناس يأخذ ألعابا عديدة، كما يؤكد (بيرن)، منها التكميلي، ومنها المتقاطع ومنها أيضا الألعاب ذات البعد الخفي، أي الذي لم يصرح به الشخص بشكل مباشر[14].

ويرى بيرن، أنه حين يجتمع اثنان من الأفراد في موقف ما من المواقف اليومية، أو حين يتحدث شخصان من الأشخاص مع بعضهما بعضاً حول موضوع معين، فإن تواصلهما أو تبادلهما سيأخذ حالة من حالات التبادل الثلاث الآتية:

1- التبادل التكميلي أو المتوازي Complementary Transaction

2- التبادل المتقاطع Crossed Transaction

3- التبادل الخفي Ulterior Transaction

ما الذي تعنيه كل حالة من هذه الحالات؟ وكيف يكون شكل كل اتصال أو تبادل من هذه التبادلات؟ وفي أية حالة منها يكون الاتصال أو التبادل أكثر نجاحاً وفاعلية من غيره؟ وأي هذه التبادلات أكثر ضرراً بالاتصال بين الأفراد؟ هذا ما

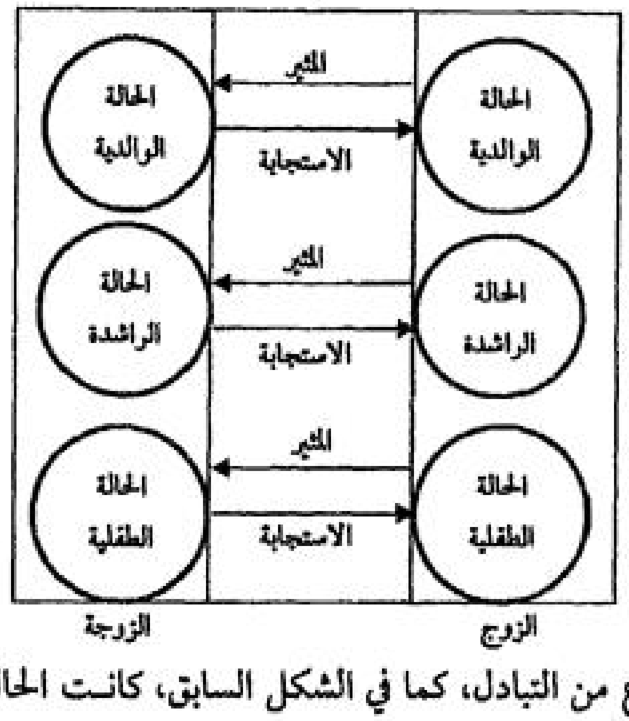
سنقوم بتوضيحه الآن مع أمثلة على كل حالة من هذه الحالات، لعلنا نطوّر من مهاراتك الاتصالية مع الآخرين وتكون أكثر قدرة في التواصل معهم.

1- التبادلات التكميلية أو المتوازية

هي التبادلات التي تتم بين الأفراد حين يحصل فيها المثير الموجه من حالة معينة من حالات الشخصية الثلاث (الوالدية، والراشدة والطفلية) عند شخص ما على الاستجابة المتوقعة من الحالة نفسها عند الشخص الآخر. وهو أسهل أنواع التبادلات كما يرى (بيرن) ويمكن أن يحدث هذا النوع من التبادل، بالطبع، بين أي حالة من حالات الشخصية الثلاثة عند الفرد (انظر الرسم التوضيحي 7). مثال توضيحي.

- أين مفاتيح سيارتي؛ يقول الزوج لزوجته.
- أنها على مكتبك؛ تجيب الزوجة

الشكل (7)



في هذا النوع من التبادل، كما في الشكل السابق، كانت الحالة المسيطرة على الزوج هي الحالة الراشدة، فجاءت استجابة زوجته من الحالة نفسها التي كان يتوقعها منها وهي الراشدة. لماذا يسمى، برأيك، هذا النوع من التبادل بالموازي أو المتمم أو

المكمّل؟ لأن استجابة الزوجة تكمل سؤال الزوج ولا تتناقض معه. فكل الذي كان يريده الزوج هو إجابة محددة وواضحة عن مكان مفاتيحه. فإجابته كما يريد. وانظر المثال التالي أيضاً:

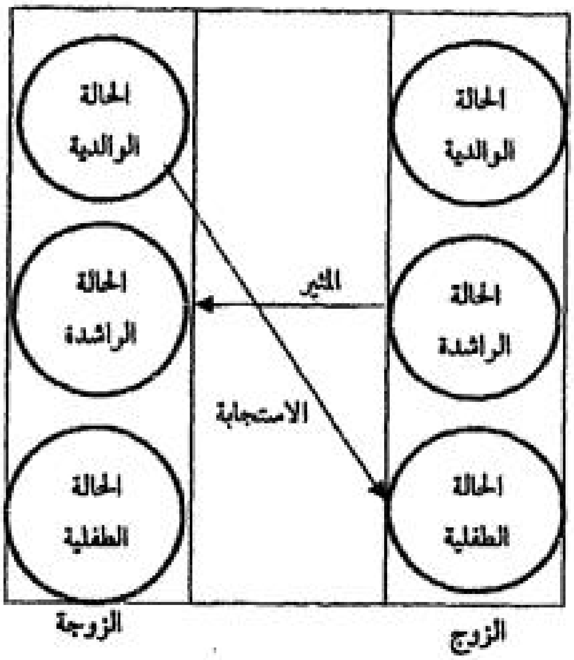
- كنت رائعاً بالأمس حين كنت تقدم عرضك عن شركتنا أمام الجمهور، يقول الموظف لمديره.
- أشكرك، فقد كان أفضل عرض قدمته لأنني تعبت وأنا أحضر نفسي له، يجيب المدير.

2- التبادلات المتقاطعة:

إن كثيرا من حالات فشل الاتصال بين الأفراد، بصرف النظر عن مكانه، البيت، العمل، الجامعة إلخ) إنما يعزى في الحقيقة إلى هذا النوع من التبادلات المتقاطعة. وهذا النوع من التبادلات بين الأفراد هو على النقيض من النوع السابق. متى يحدث؟ يحدث حينما تكون الحالة النشيطة عند المستقبل مختلفة عن الحالة التي كان يتوقعها منه المرسِل مما قد يؤدي إلى تصرفات غير مناسبة. لماذا هذه التصرفات غير المناسبة؟ يجيب (بيرن) قائلاً: لأن ردود فعل المتلقي واستجابته جاءت من حالة من حالات شخصية المتلقي غير المتوقعة من جهة، ومخالفة أو غير متوافقة مع تلك الحالة التي انطلقت منها رسالة المرسِل من جهة أخرى. كأن ينطلق المرسِل من الحالة الراشدة مثلاً، وعليه فإنه يتوقع استجابة من الحالة الراشدة أيضاً، ولكن الرد عليه جاء من الحالة الطفلية مثلاً. انظر المثال التوضيحي التالي:

- هل لديك فكرة أين وضعت مفاتيحي، يقول الزوج لزوجته كما في المثال السابق.
- لو كنت رجلاً منظماً لما كنت تضيّع مفاتيحك بشكل دائم، تجيب الزوجة (انظر الرسم التوضيحي8).

شكل (8)



فالزوج هنا انطلق من حالته الراشدة متوقعاً إجابة من زوجته تدله فيها على مفاتيحه، كأن تجيبه مثلا بأنها على الطاولة، أو في غرفة الجلوس، أو في جيب معطفك، أو فوق التلفزيون إلخ). أي أنه يريد إجابة محددة. ولكن لسوء حظه، جاءته الاستجابة من حالة أخرى وهي الوالدية الانتقادية، أي إجابة غير محددة، بل وانتقادية، الأمر الذي قد يقود إلى مشكلات بينهما.

وانظر كذلك في المثال الآتي:

- 'هل انهيت من كتابة التقرير الأسبوعي للشركة؟'، يستفسر المدير من الموظف. ففي هذه الحالة كان المدير يتوقع أن تأتي الاستجابة من الحالة الراشدة عند الموظف (راشد- راشد). لكن الموظف فاجأه بإجابة غير متوقعة، أي من الحالة الطفلية عنده:

- 'هلاّ أوقفت إزعاجك لي وإلحاحك عليّ؟ سأفعل ذلك في نهاية المطاف' يجيب الموظف (طفلية إلى راشد)

وانظر المثال التالي أيضاً:

- كم يوماً تعتقد أنك ستحتاج إلى إنهاء هذا العمل الذي بين يديك؛ يسأل الأب ابنه.

- كثير، عليك أنت أن تخمّن ذلك، أنت لحوح يا والدي، يجيب الابن.

لقد جاء الاستفسار في هذا المثال من الحالة الراشدة عند الوالد، وكان يتوقع أن تأتيه استجابة من الحالة نفسها. ولكنه فوجئ برد ابنه الذي جاءت إجابته من الحالة الطفلية الانتقادية الحازمة. لذا، غضب الأب وأعاد عليه السؤال مرّة أخرى بطريقة ثانية ومن الحالة الراشدة نفسها:

- أنا أسألك عن عدد الأيام التي تحتاجها لإنهاء هذا العمل، فأجبني، كم يوماً تحتاج إلى ذلك. فيجيبه الابن قائلاً:

- أنا أجبتك، لو كنت مهتماً بي وتراقب عملي لعرفت بنفسك، سأخبرك حين أنتهي منه.

وهكذا يستمر الاتصال بينهما بشكل متقاطع مما قد يؤدي إلى حدوث مشكلة/ مشكلات بينهما، كان بإمكان الابن تفاديها.

إن هذا النوع من التبادل بين البشر يسيء إلى الاتصال بينهم ولكنه، لسوء الحظ، شائع بكثرة بين الناس. ولكن إذا أردنا أن يكون اتصالنا مثمراً وناجحاً وفاعلاً فعلينا الابتعاد عنه. ومع ذلك فقد نلجأ إليه أحياناً، ولكن بحذر، في اتصالنا بغيرنا. متى؟ ولماذا؟ في الحقيقة قد نلجأ إليه حين نشعر بأن الاتصال بهم بهذه الطريقة قد يستمر بطريقة غير مجدية، لذا، نغيّر اتجاه التبادل لنشجع الطرف الآخر على الانتباه أو حثه على التركيز أو تشجيعه وحفزه على العمل. هل من مثال يوضح ذلك، نعم. تأمل في التبادل التالي بين رجل المبيعات ومديره:

فلو افترضنا- على سبيل المثال- أن رجل المبيعات يخاطب مديره دائماً من ذاته الطفلية حتى يستثير عطفه وتأييده ورضاه ويجيبه المدير من الحالة الطفلية أيضاً، فإن عمل هذا الموظف لنا يتقدم أو يتطور، ولن يكون بمقدوره اتخاذ قراراته بنفسه. لذا يضطر مديره أحياناً لكسر هذا النوع من التبادلات ويضع لها حداً، فيوجه رسالته إلى الذات الراشدة لدى الموظف:

- رجل المبيعات: أنا غير متأكد من أنني أستطيع أن أعطي المبيعات في المنطقة التي أوكلتها إليَّ حديثاً.

- المدير لديّ ثقة كبيرة بك. فأنت بالتأكيد قادر على هذا العمل ومؤهل للقيام به.

3- التبادلات الخفية

وهي تلك التبادلات التي تتضمن رسائل مباشرة وصريحة، وأخرى ضمنية أو خفية بنفس الوقت بين أنواع مختلفة من حالات الشخصية لدى المرسل والمتلقي. وغالباً ما تكون الرسالة الخفية تحمل معنى مختلفاً تماماً عن معنى الرسالة المباشرة والصريحة. ويطلق (بيرن) على الرسالة الصريحة المباشرة مصطلح الرسالة الاجتماعية، في حين نجده يطلق على الرسالة الخفية مصطلح الرسالة النفسية[15]. إن هذا الوضع في التبادل بين الأفراد أشبه ما يكون بلعبة نلعبها معهم. أي أن الفرد هنا يمارس ما يشبه اللعب مع الآخر. لذا يسمى هذا النوع من التبادلات تبادلات اللعب (Game Playing).

وأما الاستجابات في هذا النوع من التبادلات فهي معقدة ومحيّرة للمستقبل. إذ يجد نفسه في حيرة ودهشة ويغلب عليه التردد في الاستجابة لما يسمع. هل يرد على الرسالة الاجتماعية الصريحة؟ أم على الرسالة النفسية الضمنية؟ ومما قد يزيد من حيرته عدم وضوح المعنى المقصود من الرسالة الضمنية في بعض الأحيان. انظر المثال

التوضيحي التالي بين أحد المديرين الذي أزعجه طول الفترة التي قضاها موظفه في إنجاز العمل الموكل إليه، لذا، يوجه إليه رسالة يستحثه فيها على الإنهاء من العمل حالاً دون أن يقول له ذلك صراحة (انظر الرسم التوضيح9):

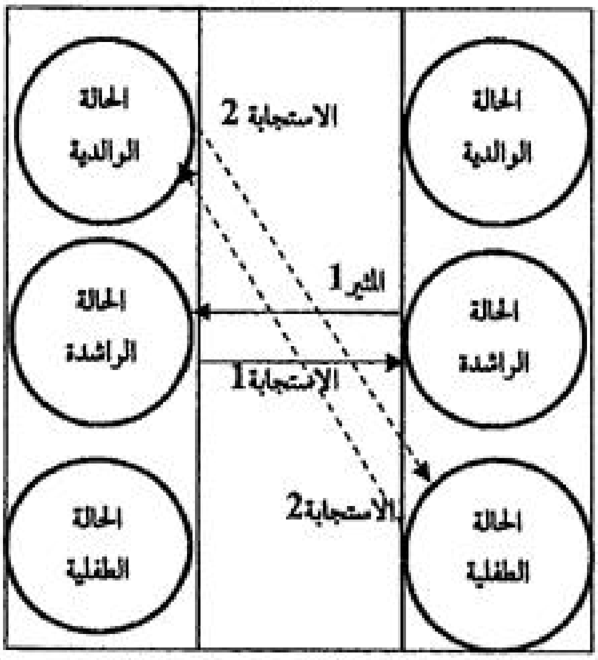
- المدير: أ- الرسالة الصريحة الظاهرة (الرسالة الاجتماعية) : ألم تنهِ هذا العمل بعد؟

ب- الرسالة الضمنية (الرسالة النفسية) كم بقي لك من الوقت حتى تنتهي من هذا العمل؟

- الموظف: أ- الاستجابة الصريحة (الاجتماعية) : نعم. لقد أنهيته تقريباً

ب- الاستجابة الضمنية (النفسية) : "يا إلهي، أتمنى لو تركني عشر دقائق".

شكل (9)

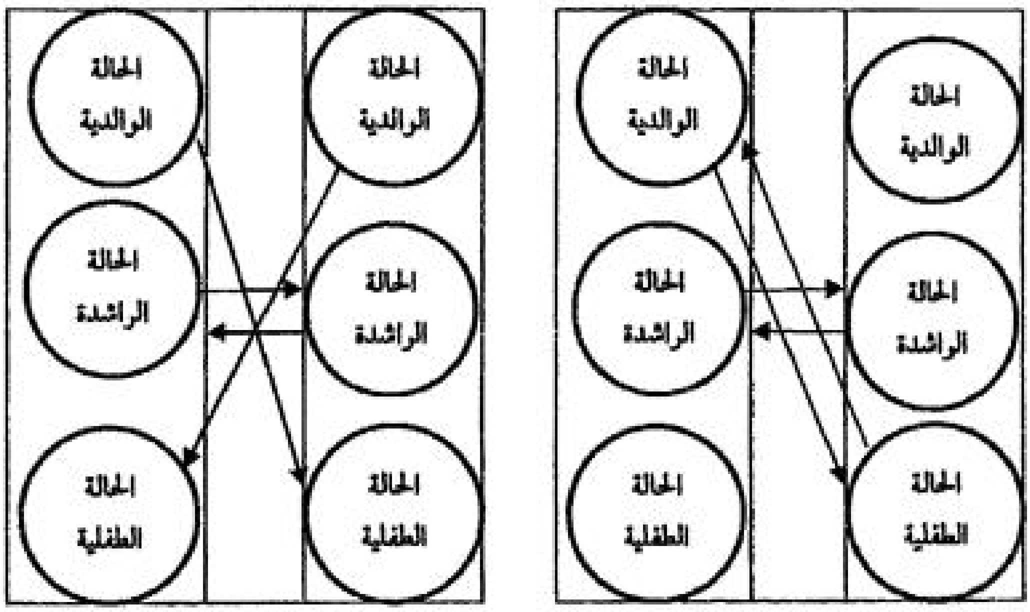


وتأمل في الحوار التالي بين الزوج وزوجته في حفلة عرس لأحد أقاربهم وقد تأخرا فيها بالسهر، وقد تناول فيها الزوج الكثير من المشروبات الروحية، وتخاف عليه

أن يرتكب حادث سير بسبب تناوله المشروب، ولكنها لا تريد أن تقول له ذلك مباشرة أمام الأقارب. بل تركت الأمر ليستنتجه بنفسه.

- الزوجة:	أ- الرسالة الصريحة (الرسالة الاجتماعية)	: ألا تعتقد أنه يجب علينا أن نعود إلى البيت؛ لأن ابنة أخي التي تركتها مع الأولاد (الجليسة) يجب أن تعود إلى بيتها. أليس كذلك؟
	ب- الرسالة الضمنية (لرسالة النفسية)	: الوقت متأخر جداً، وأنت في وضع غير مناسب، والتعب يبدو عليك. أليس من الأفضل أن نعود إلى البيت قبل أن تتناول المزيد من المشروبات.
- الزوج:	أ- الاستجابة الصريحة (الاجتماعية)	: لا تقلقي. فابنة أخيك مهذبة وتحب السهر واللعب مع الأطفال. ولو أنها تريد العودة إلى بيتها لاتصلت بنا.
	ب- الاستجابة الضمنية (النفسية)	: أنا مبسوط جداً. دعينا نكمل السهرة. أسكتي.

شكل (10)



وكثيراً ما نجد أنفسنا، في الواقع، منخرطين في ممارسة بعض الألعاب مع الآخرين لسبب ما أو لآخر، أو نجد الآخرين يمارسون هذه الألعاب معنا. وفي كلا الحالتين فإننا نتعرض لمواقف محرجة بسبب هذه التبادلات المتقاطعة. وفي أحيان كثيرة تكون هذه الألعاب "سمجة" أو تحمل معاني التعالي والغطرسة علينا، أو تضعنا في موقف الدفاع عن أنفسنا كأننا ارتكبنا خطأ فادحاً، وفي أحيان أخر تبدو هذه التقاطعات أو الألعاب كأنها تريد أن تبيننا "كأغبياء" تنقصنا الحكمة وسعة الأفق أمام الآخرين. لذا، كثيراً ما تكون ردود أفعالنا أو أفعال الآخرين في هذه الألعاب متفاوتة من حيث شدتها وشكلها، ومحرجة وغير متوقعة[15].

انظر الألعاب أو التقاطعات في الموقف التالي الذي يجد فيه الشاب الخاطب الجديد نفسه فيه في حيرة تامة مع خطيبته التي وعدها أن يمر بيتها ليصطحبها لشراء بعض ملابس العرس، ولكنه لسوء الحظ، جاء متأخراً. فأرادت توبيخه على ذلك ولكنها لم تفعل ذلك صراحة. بل آثرت أن تكون رسالتها له كالتالي:

- الخطيبة:	أ- الرسالة الصريحة	: "هل تعرف كم الساعة الآن!!".
	ب- الرسالة الخفية	: "بيّن لي أسباب تأخرك عن الموعد وأنت تعلم أن الموعد قد فات عليه ساعتان".
- الخطيب:	وقد بدا متوتراً ومنفعلاً وعلامات الارتباك والحيرة والصدمة عليه.	: "أنا لست طفلاً لتعطيني دروساً في تنظيم الوقت". فودّعها، قرّر عدم الذهاب لشراء ملابس العرس، وعاد إلى بيته.

هذه المواقف أو الحالات، تحدث معنا باستمرار، وفي مواقف حياتية مختلفة: مع الزوجة وزوجها، الأب وأبنائه، المعلم وطلابه، المدير وموظفيه، الطبيب ومريضه.. إلخ. لكنها، كما ترى، لا تدعم الاتصال ولا تعمل على تقويته بيننا وبين الآخرين. بل تؤدي إلى فشل وإخفاق أو توتر وضيق بيننا وبينهم، وقد تضعنا في مواقف لا نُحسد عليها.

المنظور التبادلي: المهارات المتعلمة

يعلمنا التواصل التبادلي مع الآخرين العديد من المهارات التي يمكن أن تساعدنا على النجاح في اتصالنا مع الآخر، كما نتعلم الكثير أيضاً من إلمامنا ومعرفتنا بخصائص وسمات كل حالة من حالات الشخصية. ومن أمثلة ذلك ما يلي:

- استخدم قدر الإمكان التبادلات المكملة مع الآخر. لماذا؟ لأن هذا النوع من التبادل يسهّل عملية الاتصال والتفاعل معه ويقلل من مشاعر الضيق والتوتر بينك وبينه.
- تتوقف نتيجة التبادل الإيجابية أو السلبية بينك وبين الآخر على طبيعة الموضوع الذي تتبادلان الحديث حوله من جهة، وعلى حالة الشخصية المشتركة فيه بينكما.
- ابتعد قدر المستطاع عن التبادل المتقاطع. لماذا؟ لأن التبادل المتقاطع ليس سوى شكل من أشكال اللعب التي نمارسها مع الآخر. وعليه فإنه يؤدي في العادة إلى اضطراب وعدم ارتياح في علاقتك مع الآخر.
- كل حالة من حالات الشخصية لديك يمكن أن تتبادل مع إحدى الحالات الثلاث عند الآخر الذي تتبادل الحديث معه. لهذا دع ذاتك الراشدة في حالة تهيؤ دائم لأنها أكثر حالات الشخصية حكمة واستبصاراً وقدرة على التفاعل بنجاح مع الآخر.
- تجنّب ما استطعت التبادل الخفي. لماذا؟ لأنه يجعل الاتصال صعباً ويمكن أن يفضي إلى سوء تفاهم واضطراب في علاقتك مع الآخر.

- توقّع أن يستجيب الفرد الذي تتبادل الحديث معه من حالة ما من إحدى حالاته الشخصية، ويوجه، استجابته إلى إحدى حالاتك الثلاث أنت. لهذا، فمن الأفضل لك أن تبدأ أيّ تبادل مع الآخرين بأن تتوقع مسبقاً الحالة النشيطة عنده وذلك بملاحظة سلوكاته وتعابير وجهه وحالته الذهنية. كما يجب أن تكون مدركاً للحالة التي ستوجه منها رسالتك للآخر سواء كانت لفظية أو غير لفظية.
- استخدم التبادل المتقاطع مع الآخر إذا كان هدفك هو نقله إلى حالة أفضل أو حالة مطلوب الوصول إليها من خلال تبادلات مكملة بعد ذلك.
- الحالة الراشدة هي الحالة التي تدرك الظروف وتقدر الاحتمالات وتستجيب بنوع التبادل المناسب من أي من حالات الشخصية الثلاث.
- أنماط الشخصية الآتية هي أنماط مريحة في الاتصال ولا تقوم بألعاب أو تقاطعات مع من تتفاعل أو تتصل معه:
  - ذات الطفل الفطري: لماذا؟ لأنها تتسم بالمباشرة والصراحة في سلوكاتها.
  - ذات الوالدية الراعية: لأن هذا النمط من الشخصيات حريص على دعم الآخرين وتقديم المساعدة لهم أثناء تبادله معهم، في حين أن طبيعة التبادلات المتقاطعة تكتنفها بعض الألعاب مما يؤدي إلى إيذاء مشاعر الآخرين ووضعهم في موقف محرج. وهذا بالطبع يتنافى مع سمات ذات الوالدية الراعية.
  - الذات الراشدة: التبادلات المتقاطعة بالنسبة لهذه الذات ليست سوى مضيعة للوقت. وهذا بالطبع يتنافى مع سمات هذه الذات التي هي ذات تتسم بالدقة والاعتماد على الحقائق.

مراجع الفصل

(1)Stewart ،j and Carole Logan (1993). Together: Communicating interpersonally. Forth Edition. New York: McGraw – Hill ،Inc.

(2)Berko ،Roy ،Wolvin ،A. Wolvin ،D. (1898). Communicating: A Social and Career Foucus. Forth Edition. Boston: Houghton Mifflin Company.

(3)Saundra ،H and Richard I. Weaver II(2001)Communicating Effectively. Sixth Edition. Boston: McGraw – Hill.

(4)Berko, مرجع سابق

(5)Stewart ،j and Carole Logan (1993). Together: Communicating interpersonally. Forth Edition. New York: McGraw – Hill ،Inc.

(6) مرجع سابق

(7) انشراح الشال (1985) مدخل إلى علم الاجتماع الاعلامي. القاهرة: مكتبة- نهضة الشرق

(8) ستيوارات، كارول لوجن (1993)، مرجع السابق.

(9)Berne, E (1960). Transactional Analyses in Psychotherapy. : A systematic individual and social psychiatry. New York: Grove Press

(10) بيرن، المرجع السابق.

(11) المرجع السابق.

(12) الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (1999). مهارات الاتصال الفعال. -12 عمّان. الأردن.

(13) الخبراء العرب، المرجع السابق.

(14) Berne ،E (1992). Games People Play: The Basic Handbook of Transactional Analysis: New York: Random House ،Inc.

(15) مرجع السابق.

الفصل الرابع

التواصل اللغوي: أُسسهُ ومهاراته

الفصل الرابع

التواصل اللغوي: أُسسهُ ومهاراته

مقدمة

أولاً: الاستماع للآخرين

ثانياً: التحدث مع الآخرين

ثالثاً: إقناع الآخرين

المراجع

الفصل الرابع

التواصل اللغوي: أُسُسهُ ومهاراته

"لا أحد أشدُ صمماً من أولئك
الذين لا يريدون أن يسمعوا"
جبران خليل جبران

"كلما اتسعت الرؤية ضاقت العبارة"
النفّري

مقدمة

يميل العديد من الباحثين في مجال التواصل الاجتماعي إلى تقسيم الاتصال إلى نوعين: التواصل اللغوي (Verbal Communication)، والتواصل غير اللغوي (Non-Verbal Communication). ويتضح من هذا التقسيم بأنه يتخذ من اللغة أساسا له. وفي هذا الصدد تؤكد الدراسات العلمية في مجال التواصل الاجتماعي بأن نجاح الفرد في كل ما يقوم به من وظائف، وما يشغله من مهن، وما يؤديه من أدوار متنوعة في المجتمع، إنما يتوقف إلى حد كبير على مهارات هذين النوعين من الاتصال. وتأتي في مقدمة هذه المهارات:

أ- مهارات التحدّث مع الآخرين.

ب- مهارات الاستماع إليهم.

ج- مهارات الإقناع.

وهذه المهارات الثلاثة، فضلا عن مهارتي القراءة والكتابة، تدخل، في الحقيقة، في مجالات الحياة الاجتماعية كلها وتتغلغل فيها دون استثناء، وتشكل الإطار العام

والشامل لمهارات التواصل الاجتماعي الآخرى؛ حيث يندر أن نجد موقفاً من مواقف الحياة الاجتماعية لا يتطلب منا استخدام هذه المهارات.

غير ان عددا كبيرا من الناس يعتقد بأن هذه المهارات لا تتطلب منهم جهدا ودراية واسعة ليتقنوها، لأنها، برأيهم، عمل تلقائي وطبيعي درجوا على القيام به منذ نعومة أظافرهم. ولكن الحقيقة خلاف ذلك تماما. فالتحدث مع الآخرين والاستماع إليهم لفترة طويلة من حياتنا، لا يقودنا بالضرورة إلى أن نكون متحدثين أومستمعين أو مقنعين بارعين لهذه العملية النفسية والاجتماعية المعقدة، رغم ما تقوم به الخبرة من دور فاعل في هذا المجال. لذا، إرتأينا أن نعطيها اهتماما خاصا، لأن مهارات التواصل الاجتماعي الأخرى تعتمد عليها اعتمادا كبيرا. ولكن قبل أن نقوم بتزويدك بهذه المهارات الثلاث، دعنا نلفت نظرك إلى الفوائد التي تعود علينا جرّاء اكتسابنا لها:

أ- النجاح بأعمالنا والتفوق في تأديتها والقيام بها على أحسن وجه

ب- تضفي هذه المهارات على الفرد ثقة عالية بالنفس تجعله يتحكم بكل ما يقوم به أثناء تواصله مع الآخرين.

ج- إن تمكننا من هذه المهارات يجعل الآخرين الذين نتواصل معهم يفهموننا بشكل أفضل.

د- إن فهم الآخرين لنا يضفي على نفوسنا شعورا بالنجاح والتفوق في عملنا.

هـ- تمنحنا هذه المهارات شعورا بالارتياح والمسرة يدفعنا إلى الانفتاح على الآخرين وتمتين علاقاتنا الاجتماعية بهم.

أولاً: الاستماع للآخرين

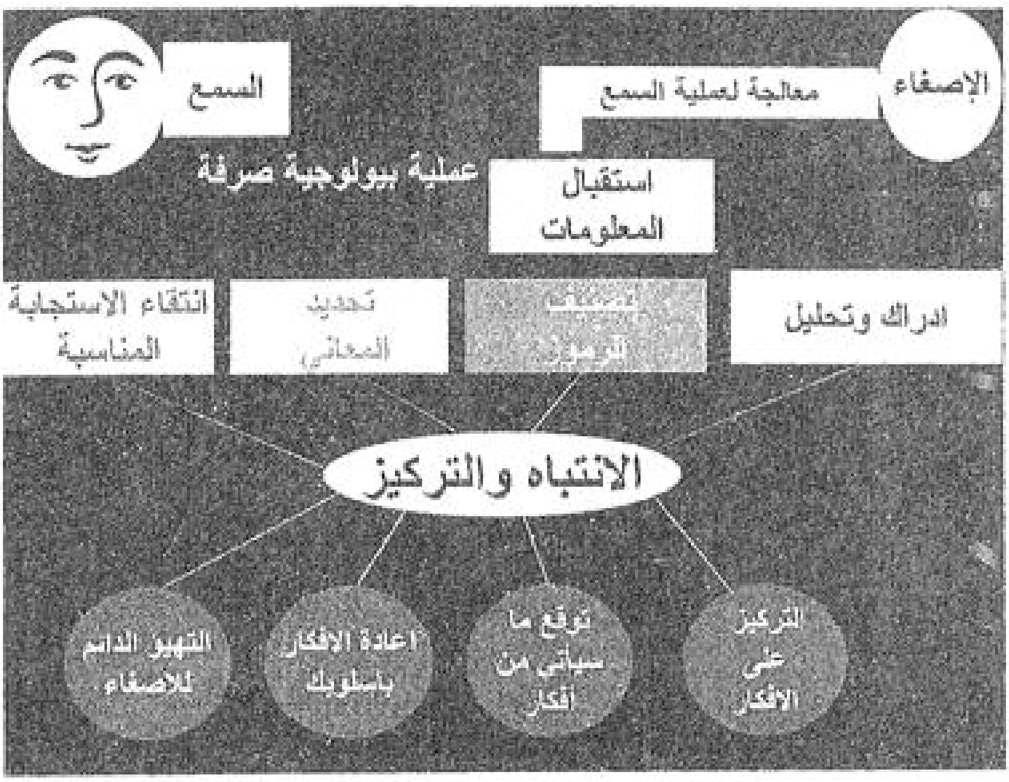
إن العديد من المشكلات التي تحصل معنا في حياتنا اليومية، سواء كان ذلك

داخل الأسرة أو العمل أو المدرسة أو الجامعة أو أثناء نقاش عام، أو في ندوة ما من الندوات العامة أو مع الجيران، يعود قدر كبير منه إلى افتقارنا إلى مهارات الاستماع والإصغاء. ومن هذا المنطلق يعد الاستماع المهارة الأساسية الأولى من مهارات التواصل الاجتماعي. فماذا تعني هذه المهارة؟ وما الفرق بينها وبين بعض المفاهيم الأخرى المتصلة بها كالسمع، والإنصات؟

يشير مصطلح السمع، في الحقيقة إلى حاسة من حواس الإنسان الخمس التي تولد معه ولا يتعلمها أو يكتسبها. وهو بهذا المعنى استقبال الأذن أو التقاطها لذبذبات صوتية من مصدر معين دون إعارتها أي انتباه مقصود ومتعمد لها. إنها عملية فسيولوجية صرفة تعتمد على سلامة الأذن عضويا.

وأما الاستماع فتعرفه الجمعية الدولية للاستماع بأنه عملية عقلية وادراكية، نعطي فيها كمستمعين اهتماما خاصاً وانتباها مقصوداً وتركيزا فائقا، ونية حقيقية لما نسمعه من أصوات بقصد إدراكها وفهم دلالاتها ومعانيها بهدف تفسيرها[1]. ويستخدم العديد من الباحثين مفهوم الإصغاء بهذا المعنى أيضا.

وأما الانصات فشأنه شأن الاستماع من حيث كونه مهارة مكتسبة، ولكن مستوى التركيز ودرجة الإنتباه فيه تكون أعلى من الاستماع. وهكذا فإن الفرق بين الإنصات والاستماع هو فرق في درجة التركيز والانتباه والإدراك. (انظر الرسم التوضيحي1).



شكل (1)

ولهذا يمكن القول بإن الاستماع أو الإنصات أو الإصغاء الجيد هو بداية التواصل الفعّال الناجح مع الآخرين. فبواسطته يتعزز التفاهم والتواصل مع الآخرين.

أنواع الاستماع

يأخذ الاستماع أنواعا عديدة. ولكل نوع منها خصائص معينة ومظاهر محددة. فما هي أنواع الاستماع؟ هناك أربعة أنواع رئيسة للاستماع، هي :[2]

1- الاستماع السطحي:

وهو استماع يتسم بدرجة منخفضة من الانتباه والتركيز كالاستماع إلى المذياع أو التلفاز اثناء الدراسة أو العمل، وهو أقرب ما يكون إلى معنى السمع منه إلى الاستماع.

2- الاستماع السلبي:

وهو تظاهر المستمع بأنه يستمع للآخرين، ولكنه في الواقع غير معني أو مهتم بما يقوله المتحدث. فعقله مشغول بأمور أخرى. فتراه يسترسل في أفكاره والمضي في سرحانهحتى لتغدو عينونه مثل العيون الزجاجية لا حركة فيها ولا حيوية. ويسمي الباحثون هذا النوع من الإنصات، إنصات: ألعين الزجاجية. أي أن إنصات مثل هذا النوع من الناس لا يأتي من باب الفهم، بل من أجل انتظار اللحظة المواتية لمقاطعة المتحدث. إن الإنصات الحقيقي هو انصات بالعينين مثلما هو انصات بالأذنين.

3- الاستماع الاختياري او الانتقائي:

يتسم هذا النوع من الاستماع بالسلبية اتجاه المتحدث. لذا يدرجه بعض الباحثين تحت ما يسمى بالاستماع السلبي (Negative Listening)، لأن المتلقي هنا لا يكون بنيته الاستماع إلى كل ما يقوله المتحدث، بل إلى ما يود سماعه فقط. فالمستمع هنا يصغي إلى المتحدث عندما يكون موضوع الحديث يدخل في دائرة اهتمامه، ويتجنب الاستماع عندما لا يتعلق الأمر باهتمامه(3) وفي حالات كثيرة يقود هذا النوع من الاستماع إلى مشكلات عديدة مع المتحدث أبرزها مقاطعته، والإساءة إلى ما قاله، أو مجادلته بطريقة ناقدة ولاذعة مما يجعل المتحدث يتصرف كمتهم.

4- الاستماع المركز:

وهو الإصغاء أو الانصات من أجل هدف معين، أي إنه استماع مركز وهادف ونشط وفاعل *(Active Listing)*؛ إذ نجد أن المستمع يصب كل اهتمامه وانتباهه وتركيزه على ما يقوله المتحدث بقصد الفهم والاستيعاب والتمييز والتقييم. وهذا النوع من الاستماع هو النوع المطلوب في المحاضرات الجامعية والنقاشات العامة، والاجتماعات، والمقابلات الرسمية، والمفاوضات، وجميع الأعمال الفنية والتجارية.

ويتضمن الاستماع النشط أو المركز عملية التغذية المرتدة المتبادلة بين المتحدث والمستمع. والتغذية المرتدة في هذه الحالة تجعل عملية الاستماع عملية حيوية. فحين تأتي إلى المتحدث بعض الإيماءات والسلوكات والأقوال الإيجابية من المستمع، فإن ذلك سيشعره بالارتياح وسيشجعه على المضي في حديثه. وكذلك المتلقي/ المستمع حين تأتيه ردود إيجابية على ملاحظاته التي بعثها إلى المتحدث سيشعر أيضا بالارتياح الذي يدفعه إلى مضاعفة جهوده في التركيز والانتباه[4].

ولكن كيف يستطيع المتحدث أن يعرف بأن الآخرين يستمعون إليه بانتباه وتركيز؟ هناك دلائل، في الواقع، يمكن لهذا المتحدث أن يستدل منها على ذلك، أهمها:

أ- مدى تفاعل المستمعين الحركي معه: فكثيرا ما يقوم المستمعون المصغون بشكل عال بإيماءات برؤوسهم ووجوههم وعيونهم يستدل منها على موافقتهم أو عدم موافقتهم على ما يقوله المتحدث.

ب- مدى تفاعل المستمعين اللفظي مع المتحدث. كالاستفسار عن معنى بعض الكلمات، أو التعقيب بألفاظ معينة مثل: نعم، أو أفهم، أو استمر إلخ).

ج- قدرة المستمعين على إعادة بعض الكلمات أو الجمل التي قيلت أثناء الكلام، وذلك إذا ما طلب منهم ذلك.

د- قدرة المستمعين على إعادة صياغة موضوع الحديث.

ويجب التاكيد هنا على قوة الارتباط بين هذا النوع من الاستماع وبين التفكير الناقد عند الفرد (Critical Thinking).. وسنوضح لك ذلك حين نعرض لمراحل عملية الاستماع بعد قليل. ولكن لا بأس من أن نستبق الأمر ونعرض عليك بعض الجوانب التي يشترك فيها الاستماع المركز والتفكير الناقد[5]:

- المفكر الناقد يعرف كيف يحلل ويقيّم المعلومات. وكذلك المستمع الناقد، فإنه يجيد الربط بين المعلومات داخل الموضوع.
- التفكير الناقد يتضمن تحليل وتقويم مدى الحقيقة والصدق والواقعية في المعلومات المقدمه. وكذلك المستمع الناقد، فإنه يستخدم قدراته العقلية المختلفة ليحلل ويقوّم الرساله ليتعرف على عملية عرض المتحدث لأفكاره وكيف تتم هذه العملية.

ولكي تكون مستمعاً ناقداً، ينصح الباحثان بيرسون ونلسون بأن نسأل أنفسنا بعض الأسئلة التي من شأنها تقييم عملية استماعنا الناقد، وهي:

أ- هل المعلومات التي تعرض لها رسالة المرسل صحيحة؟

ب- هل اعتمد المتحدث على شواهد وبيانات وأسانيد قوية؟

ج- هل المعلومات كامله؟

د- هل المعلومات منطقيه؟

هـ- ما الذي يحفز المتحدث عند تقديم هذه المعلومات؟

مستويات الاستماع

تؤثر أنواع الاستماع السابقة على المستويات التي تأخذها عملية الاستماع للآخرين بطرق مختلفة، وستستنج بنفسك هذا التأثير بعد أن نقوم بتزويدك بهذه المستويات. وقد قام (هايلز وويفر Hybels and weaver)[6]، بتحديدها كما يلي:

1- **الاستماع على مستوى الأفكار** (Listening at the head level): ويتضمن الاستماع بشكل مركز وانتباه قوي لكل ما يقوله المتحدث على مستوى المعارف والأفكار والمعلومات ومعاني اللغة. كما يتضمن أيضا تقييم الأفكار التي يدور حولها الحديث.

2- الاستماع على مستوى المشاعر (Listening at the heart level-Empathic):

وهو مستوى آخر من مستويات الاستماع المركز والقوي يكون فيه الفرد مصغيا أو منصتا إلى أحاسيس المتحدث ومشاعره وحالته الوجدانية والانفعالية. ويتم هذا الإصغاء في الغالب في إطار الاتصال الشخصي بهدف مشاركتنا المتحدث في مشاعره ومشكلاته، وتفهم موقفه من خلال الانصات المركز لما يفصح به عن مشاعر وأحاسيس. وحتى يتوصل الفرد إلى ذلك عليه الانتباه إلى لغةِ جسد المتحدث، وتَقَمُّصِ حالته العاطفية التي ترسمها كلماتُه وجسده.

3- الاستماع على مستوى النية أو القصد (Listening at the well level):

ويسمى أحيانا الاستماع لما بين السطور، أو الاستماع إلى ما وراء اللغة التي يقولها المتحدث (Paralanguage). فكثير من المتحدثين لا يفصحون بشكل مباشر عن نواياهم أو مقاصدهم أو أهدافهم أو غاياتهم. لذا يتطلب منا هذا الاستماع بأن نتحلى بقدر كبير من التركيز حتى نتوصل إلى فهم ما بين السطور، أو قراءة ما وراء الكلمات، وفهم دلالاتها. فقراءة ذاك المضمر أو المستتر الذي لم يفصح عنه المتحدث لسبب أو لآخر بحاجة إلى مهارة عالية من الاستماع أو الإنصات.

ويتضح لك من هذه المستويات للإستماع بأنها جميعها تتطلب انتباها قويا وانصاتا مركزا حتى نتمكن من فهم ما يقوله المتحدث على مستويات الحديث الثلاثة: الفكري والعاطفي والغائي، أي المستوى المتعلق بالنية أو القصد.

ويتبين لنا أيضا بأن بعضنا قد يهمه مستوى واحد من هذه المستويات ،مع العلم بأنها جميعها متداخلة في كثير من الأحيان. فقد يكون أحدنا معني بتحديد أو معرفة الأفكار الواردة في سياق الحديث، أو مدى الفرح والسعادة أو الضيق والمعاناه التي تسيطر على المتحدث في الموقف الاتصالي، أو يكون تركيزه منصبا على ذاك الذي لم يفصح عنه المتحدث. كما يتضح لك أيضا من هذه المستويات الثلاثة بأنها جميعها

تتطلب منا مستوى عالياً من التركيز، أي الاستماع المركز وليس الأنواع الأخرى للاستماع (السطحي، والانتقائي، والعين الزجاجية).

مراحل عملية الاستماع

الاستماع عملية معرفية وإدراكية معقدة، كما أوضحنا، تمر بخطوات عديدة حتى تكتمل. ورغم تباين الباحثين في عدد الخطوات أو المراحل التي تمر بها هذه العملية غير أنهم جميعا يرون بأن هذه المراحل متداخلة وتسير وفق تسلسل متدرج؛ حيث كل خطوة في هذه العملية تعتمد على سابقتها. ويمكن إجمال هذه الخطوات كما يلي:[7]

1- السماع Hearing

ويسمي بعضهم هذه المرحلة أحيانا بمرحلة الاستقبال (Receiving). صحيح أن بعض الباحثين لا يضع هذه الخطوة من ضمن الخطوات التي تمر بها عملية الاستماع لأنها، برأيهم، مرحلة مفروغ منها بحكم كونها مرحلة تلقائية وفسيولوجية تعني سماع صوت المتحدث عن طريق الأذن. ومع ذلك لا بد من إدراجها ضمن الخطوات، فدونها لن تتم عملية الاستماع بكاملها، أي أن بقية الخطوات تعتمد عليها. لذا، لا بد من التنبيه إلى أهميتها في عملية الاستماع.

2- الفهم Understanding

بعد وصول صوت المتحدث إلى أذن المتلقي يبدأ المتلقي بمعالجة المعلومات والمعارف التي يتلقاها، فيقوم بالتركيز والانتباه إلى يهمه منها وما يتوافق مع اتجاهاته وميوله واهتماماته، ويهمل بعضها الآخر الذي لا يتوافق مع هذا الاهتمام.

3- التفسير Interpreting

وفي هذه المرحلة يحاول المستمع أن يفسر ويحلل معنى ما يسمعه ويربطه بخبراته

السابقة. كما أنه يحاول أن يرى أين يلتقي مع المتحدث وأين يتعارض معه ويختلف في ما يتعلق بالأفكار التي يستمع إليها.

4- التقييم Evaluating

وهذه المرحلة مرتبطة ارتباطا وثيقاً بالمرحلة السابقة؛ حيث يقوم المتلقي بتحليل محتوى ما يسمعه من المتحدث ويحاول التمييز بين الحقائق والآراء الشخصية. وفي هذه المرحلة أيضا يتم الحكم على مدى حقيقة الأفكار التي سمعها ومدى الاتساق أو التعارض والتناقض فيها، من جهة، وبين مدى اتساقها واختلافها عن أفكاره.

5- الاستجابة Responding

في هذه المرحلة يعمد المتلقي إلى إرسال رسائل الى المتحدث، سواء لفظية أو غير لفظية لإعلامه عن مدى فهمه أو عدم فهمه لما يسمعه منه. إن مثل هذه التغذية المرتدة، كما تعلم، ضرورية في عملية الاستماع للمتحدث حتى تمكنه من معرفة مدى وضوح أو صعوبة ما يقوله..

6- التذكر Remembering

هذه هي المرحلة الأخيرة من مراحل عملية الاستماع. وهي مرحلة تشير إلى مدى قدرة المتلقي على تذكر الرسالة التي سمعها، وقدرته على استعادتها. وتعتمد قدرة الفرد على تذكر الرسالة واستعادتها على مدى سير الخطوات السابقة بشكل سليم.

مهارات عملية الاستماع

إذا ما دققت بشكل ملي في أنواع الاستماع السابقة ومستوياتها لوجدت بأنها تتطلب نوعا خاصا من المهارات، يتوجب عليك تعلمها واكتسابها ومعرفتها والعمل بها إذا ما أردت يكون تواصلك بالآخرين ناجحا ومثمرا. ولعل الحروف التي تتكون

منها كلمة استماع باللغة الإنجليزية (LISTEN) تحمل هذه المهارات؛ حيث يشير كل حرف منها إلى مهارة محددة. لذا سنقوم بتزويدك بهذه المهارات التي إذا ما نسيتها فما عليك سوى تذكر كلمة استماع باللغة الإنجليزية وقابل كل حرف من حروفها بالمهارة التي يشير إليها:

1- الاهتمام بما يقول المتحدث (Look Interested).

وتتعلق هذه المهارة ا بإبداء اهتمامنا بما يقوله المتحدث، والتفرغ كلية لحديثه. وهذه مهارة بمقدورنا ممارستها بأكثر من طريقة أو شكل. والمهم هو أن يشعر المتحدث بأننا مصغون إليه، وبأنه لدينا الرغبة الأكيدة للإصغاء إليه بآذاننا وعيوننا وأجسادنا. فهذا الوضع يريحه ويخلق بينه وبيننا جوا من الود والراحة النفسية تجعله يسترسل في الحديث.

2- الاستفسار بأسئلة مفتوحة (Inquire with open question).

استفسر من المتحدث بلباقة عن الجزء الذي لم تفهمه من كلامه، كأن تسأله: من قال؟ متى؟ كيف؟ أين؟. أي يجب أن يكون السؤال أو الاستفسار محددا وإجابته عليه محددة أيضا بحيث لا تبعده عن صلب الموضوع، أو تقطع عليه حبل أفكاره. فمثلا قد تستفسر منه، على سبيل المثال عن إعادة الرقم الذي قاله لأنك لم تسمعه بوضوح، أو عن المكان الذي قاله، أو عن اللون أو عن المبلغ المالي أو عن اليوم الذي جاء في حديثه: (عفوا كم الرقم؟ عفوا هل قلت بأن الموعد يوم الإثنين؟ وهكذا).

إن استجلاء الأمور الغامضة وغير الواضحة بهذه الطريقة من شأنه أن يشجع المتحدث بالحديث ويظهرك بأنك مستمع ومنصت لحديثه. وأما إذا كان الاستفسار عن أمر تحتاج الإجابة عنه وقتا طويلا فأرجئ سؤالك حتى يفرغ المتحدث كليا من حديثه، على أن لا تنسى أن تدوّن سؤالك حتى لا تنساه.

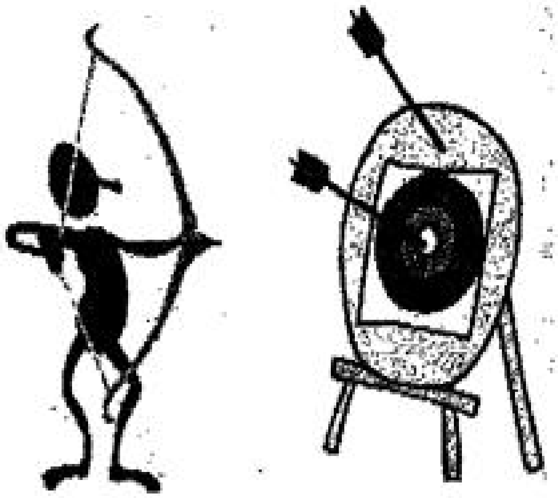
وبعد أن ينهي المتحدث حديثه ويحين دورك في الاستفسار، استفسر بلباقة وموضوعية ونزاهة. وليكن سؤالك محددا وواضحا وغير استفزازي يضع المتحدث في موقف دفاعي عن نفسه. تذكر بإن المتحدث ليس عدوك. بل شخص له وجهات نظر مختلفة عن وجهة نظرك أنت. فلماذا تعاديه؟ فقد تختلف معه في الرأي أو وجهة النظر لكن ذلك يجب أن لا يفسد العلاقة الإنسانية بيننا. لذا أعطه الوقت الكافي لقول كل ما يريد، ولا تقاطعه حتى ينهي كلامه.

إن هذه المهارة تتطلب منك الهدوء وضبط النفس، فلا تهم بمغادرة المكان، أو الانسحاب من الموقف والمتحدث لا يزال يتحدث. إن مثل هذا الفعل، إن اقترفته، يشير إلى ضعف في سيطرتك على أعصابك، وإلى نفاذ صبرك، وقلة حيلتك. تعامل مع الموقف كأنه اختبار لصبرك وضبط لأعصابك.

3- التركيز والانتباه (Stay on target):

ركز على ما يقوله المتحدث ولا تشتت ذهنك. وهذا يتطلب منك التوقف عن الكلام مع من حولك. وعدم انشغالك وإلهاء نفسك بأمور هامشية قد تصرفك عن الاستماع والإنصات. فالبشر في الحقيقة، لا يمكنهم الاستماع والحديث في آن واحد، لأن حديثنا مع الآخرين والمتحدث يتحدث سيفقدنا المهارة الأساسية التي يقوم عليها الاستماع وهي التركيز والانتباه.

لذا، ركز انتباهك على ما يقوله هذا المتحدث، واعزل نفسك كليا عن المثيرات أو المشتتات الخارجية، وتفرغ كليا للاستماع. فلا تفكر بأي شيء سوى بما تسمع. إنك إن فعلت ذلك فستجد أن طاقتك الذهنية في الاستماع قد تضاعفت. (انظر إلى الشكلين أسفله 2-3). ففي الشكل الأول فإن قوة التركيز هي التي جعلت السهم لا يخطئ مرماه. وانظر كذلك في الشكل الآخر. من أين جاءت قدرة هذا الرجل على السير على خيط رفيع لا يمكن السير عليه في الواقع؟ لقد جاءت من قوة التركيز.



شكل (2)

شكل (3)

وحتى تتضح لك قوة التركيز في الاستماع وفي الحياة بشكل عام، نود أن نثير السؤال الآتي: هل فكرت يوما كيف يستطيع لاعب التايكواندو أو الكراتيه أن يحطم بيده عددا كبيرا من الطوب المجبول من الإسمنت؟ إن المنطق يكاد لا يصدق بأن يدا من لحم غض وعظم رقيق تسحق عددا متراكما من الطوب الإسمنتي!! لا عجب من ذلك. إنها قوة التركيز. تلك القوة الخفية عند الإنسان التي إذا استغلها وطورها ونماها فسيقوم بأفعال لا يتوقعها الآخرون منه. أليس علم البرمجة العصبية يقوم في جوهره على مبدأ التركيز؟ أليست رياضة اليوغا والروكي وألعاب القوى الأخرى تقوم على المبدأ نفسه!!!

وتروى قصص عديدة عن حالات يكاد لا يصدقها العقل ولا المنطق عن ما يفعله التركيز في حياتنا. فيروى عن الشباب الفلسطيني كيف أنهم كانوا يقفزون من الطوابق العليا من بيوتهم لينجوا بأرواحهم من جنود جيش الإحتلال الصهيوني دون أن يلحق بهم أي أذى. وتروى قصص أخرى عن صمودهم الأسطوري أمام التعذيب الوحشي الذي يتعرضون له لكسر إرادتهم، وتفتيت صمودهم النفسي، وتحطيم معنوياتهم لانتزاع اعترافات منهم. ومع ذلك لم يعترفوا.

كيف تفسر هذا الصمود النفسي والجسدي؟ وكيف تفسر عشرات حالات الصمود الأخرى المشابهة في مناطق مختلفة من المجتمعات التي شهدت أوضاعا مشابهة لأوضاع الشعب الفلسطيني. هل هناك من تفسير لهذا الصمود سوى ما يمكن أن أسميه إرادة التركيز أو صمود الإرادة

4- التأكد من الفهم (Test understanding):

هل حقا تصغي بشكل جيد لما يقوله المتحدث؟ وهل حقا تفهم كل ما يقوله؟ في الحقيقة قد تكون مصغياً جيدا أو تتحلى بدرجة عالية من التركيز ومع ذلك قد لا تفهم كل ما يقوله المتحدث. لذا يتوجب عليك أن تتيقن من عملية فهمك لما يقوله هذا المتحدث. فالكثير من المعاني التي قيلت قد تحمل دلالات مختلفة عندكما. وهذا أمر طبيعي في التواصل بين البشر وبخاصة إذا كنتما تنتميان إلى ثقافتين مختلفتين أو تخصصين أكاديميين مختلفين، أو مهنتين مختلفتين. ففي هذه الحالات قد تكون دلالات الكلمات ومعانيها مختلفة عندكما. لذا تأكد مما تسمع، وتأكد من أن ما تسمع من كلمات لها المعنى نفسه عند المتحدث. عد إلى الفصل الأول لِترَى بأن سوء الفهم في العملية الاتصالية أمر مرده اختلاف في دلالات الكلمات ومعانيها لدى الأطراف المشتركة في العملية الاتصالية.

5- قيّم ما تسمعه (Evaluate the message):

بعد أن قمت بعملية الانتباه والتركيز، وبعد أن استفسرت عن ما لم تفهمه من

المتحدث وبعد أن تيقنت وتأكدت من فهمك لما تسمعه من المتحدث، حان الوقت لتقيم كل ما استمعت إليه من حديث. أي حان الوقت لتقييم رسالته. لذا اسأل نفسك الأسئلة الآتية:

- ماذا يريد أن يقول هذا المتحدث؟
- ما الهدف أو الغاية من حديثه/ رسالته؟
- هل أفصح عن هذا الهدف بشكل مباشر وصريح؟ أم استنتجه أنت استنتاجا؟
- هل توافقه على ذلك، وإلى أي مدى؟
- هل تختلف معه، وإلى أي حد؟.

هذه أهم الأسئلة التي يجب أن تسألها لنفسك بعد أن فرغ المتحدث من حديثه. فإن وجدت بأن بعضها بحاجة إلى استيضاح، فاسأل عنها بلباقة وكياسة.

6- حيد مشاعرك إزاء المتحدث (Neutralize your feelings):

لعل هذه المهارة من أهم المهارات وأصعبها. فالتحكم بالمشاعر والعواطف، أو على الأقل تحييدها عملية صعبة وشاقة على الإنسان، ومع ذلك لا بد منها إذا ما أردنا أن نبي جسورا من المودة والمحبة والدفء بيننا وبين الآخرين في المواقف الحياتية المختلفة. وليس الموقف الاتصالي الذي نكون فيه مستمعين للآخرين في مناسبة من المناسبات التي تقتضي استماعنا لهم إلا أحد هذه المواقف.

وتعني عملية تحييد المشاعر والعواطف في عملية التواصل الاجتماعي المتمثل في موقف الاستماع للآخرين عدم السماح لهذه المشاعربالسيطرة علينا والتحكم بنا، وعدم السماح لها بتوجه عملية استماعنا. أي ينبغي أن لا ننساق وراء مشاعرنا وأحاسيسنا واتجاهاتنا السلبية أو الإيجابية نحو المتحدّث. وهذا يعني أن نستمع ونصغي للمتحدث بكل طاقاتنا الفكرية والمشاعرية بحيادية كبيرة. وهل هذا أمر سهل؟ بالتأكيد، إنه ليس كذلك. ومع ذلك، فلا بد منه، كما قلنا، في عملية التواصل الاجتماعي. لذا، يتوجب علينا التحكم بمشاعرنا وعواطفنا واتجاهاتنا وأفكارنا المسبقة

نحو المتحدث، قدر المستطاع، وعدم السماح لها بتوجيه سلوكنا وأفعالنا نحوهم بشكل يتوافق معها. فلا يجب أن نحكم على ما نسمع من الآخرين بالرداءة أو الخطأ لا لشيء إلا لكون ما نسمع يصدر من شخص لا نحبه بسبب لونه، مثلا، أو عرقه أو طبقته الاجتماعية، أو ديانته، أو مكانته ومركزه في المجتمع.

إن التعامل مع الآخرين في ضوء الاعتبارات السابقة (اللون، العرق، الطبقة، العقيدة، المكانة الاجتماعية، جنسيته) هو شكل من أشكل التعصب والتمييز (Prejudice and Discrimination) ضد الآخرين. فما عليك، إذا، سوى الامتناع كلية عن إصدار الحكم على ما تسمع من المتحدث في ضوء تلك الاعتبارات. فمشاعرنا غير الإيجابية نحو المتحدث، وصوره النمطية السلبية في أذهاننا تجعلنا نصدر حكمنا عليه على الفور إما بالاتهامات الباطلة وإما بالرداءة وإما بالتفاهة، وإلى غير ذلك من الأحكام غير الصحيحية.

ودعني أوضح لك كيف أن مشاعرنا السلبية وأحكامنا المسبقة على الآخر/ الآخرين تشوه إدراكنا وتحرفه عن وضعه الصحيح ليتوافق مع هذه المشاعر وأحكامنا المسبقة. تامل بنتائج التجربة الآتية التي قام بها الباحثان (جوردن ألبورت وليو بوستمان) على عينة من الأفراد الذين عرضا عليهما مشهدا من فيلم قصير[8]. يتحدث المشهد عن شخصين أحدهما أبيض البشرة والآخر أسودها، يجلسان وجها لوجه في عربة قطار، وكانا يتحدثان مع بعضهما بعضاً حديثا وديا. ولكن الحديث بينهما انتهى إلى خلاف حاد مما جعل الشخص الأبيض يحتد ويستخرج آلة حادة من جيبه ليطعن بها الرجل الأسود. وفي هذه اللحظة دخل القطار في نفق مظلم، منهيا الباحثان المشهد عند هذا الحد. وبعد ذلك طلب الباحث من هذه المجموعة أن تروي لمجموعة أخرى جديدة- لم تشاهد الفيلم- ما شاهدته في ذلك الفيلم. كما طلب من المجموعة الجديدة أن تروي بدورها على مجموعة أخرى ما سمعته من زملائها. وهلم

جرا. وخلال الوصف المتتابع لروايات المجموعات إنتهى الأمر على أن الرجل الأسود هو الذي احتد، وهو الذي قام بطعن الرجل الأبيض. وهذا بالطبع مخالف تماما للواقع.

وبعد ذلك طلب من كل رجل أسود، على انفراد، الشيء نفسه الذي طلبه من زملائهم البيض. وكانت اجاباتهم متوافقه وهو أن الرجل الأبيض هو الذي احتد، وهو نفسه الذي طعن الرجل الأسود.

والآن، كيف تفسر أنت هذه النتيجة؟ إنك ستوافق الباحثان بكل تأكيد بأن مشاعر الكراهية والتعصب والعداء والتمييز الذي تكنه الجموعة ذات البشرة البيضاء نحو السود عملت على تشويه وتحريف رؤيتها للحقيقة، وجعلتها لا ترى إلا ما يتسق مع مشاعرها واتجاهاتها وصورها المسبقة عن السود. وأنا على يقين بأن لديك أمثلة أخرى تعرفها أنت شخصيا تؤكد صدق ما انتهى إليه الباحثان من تأكيد على أن مشاعر الأفراد وعواطفهم تحرف الحقائق وتشوهها. ألم يؤكد الإمام الشافعي ما نذهب إليه هنا من تأكيد على دور مشاعرنا، سواء كانت إيجابية أو سلبية في تحريف الحقائق:

- وعين الرضا عن كل ذنب كليلة   ولكن عين السخط تبدي المساويا

ويروي لي أحد الأصدقاء قصة طريفة توضح ما قلناه للتو في هذا الصدد، وذلك حين كان طالبا في المرحلة الثانوية؛ حيث كان معه في الصف طالب مشاكس وكثير الكلام اسمه (علي) يختلق المشكلات دائما مع معلم اللغة العربية. وفي يوم من الأيام كان المعلم يكتب على السبورة أبياتا من الشعر. فسمع صوت ضحك عال يخرج من بيننا دون أن يتبين له مصدره. فقال: اسكت يا علي. ولكنه لم يدر وجهه، بل استمر في الكتابة على السبورة. واستمرينا بالضحك. فقال المعلم مهددا: اسمع يا علي، دون أن ينظر إلى الخلف، إذا لم تكف عن الضحك سأخرجك من الحصة. واستمر بالكتابة. فزاد ضحكنا، مما زاد من انفعال المعلم. وما كان من المعلم إلا أن

ترك الكتابة وتوجه على الفور إلى المكان الذي تعود أن يجلس فيه (علي). فلـم يجـده، لأنه كان غائبا في ذلك اليوم. فاندهش المعلم. فقال: لماذا تضحكون، إذا؟ فقلنا لـه: لأنك اتهمت (علياً)، وعلي غائب. فأجاب. لا أعلم أنه غائب، ولكنني كنت أتوقع بأنه هو الذي يصدر الصوت، فله أسبقيات في عمل المشاكل معي.

وحتى لا تنسى هذه المهارات دعنا نلخصها لك بالمهارات الثلاث الآتية التي قد تسهل عليك تذكرها[9]:

أولا: المهارات المتعلقة بالاهتمام والفهم: وتتصل باهتمام المستمع بما يقوله المتحدث، واستعداده ورغبته بالاستماع بهدف الفهم والمعرفة. كما تتعلق هذه المهارة أيضا بقدرة المستمع على متابعة المتحدث وعدم صرف الذهن عنه بالشواغل المختلفة. وفضلا عن ذلك تتعلق هذه المهارة بقدرة الفرد على استيعاب الفكرة العامة للحديث، وإدراك الأفكار الجزئية المكونة لكل فكرة رئيسة فيه.

ثانيا: المهارة المتعلقة بالتركيز والاستيعاب: وتعني القدرة على فهم الأفكار، والقدرة على إدراك العلاقات بين الأفكار المعروضة والقدرة على تحليلها إلى أفكار جزئية، والقدرة على تلخيص المسموع، والقدرة على تصنيف الأفكار التي تعرض لها المتحدث في حديثه.

ثالثا: مهارة التذكر والاسترجاع: وتعني قدرة الفرد على معرفة محددات الحديث والجديد الذي احتواه، والقدرة على ربطه بخبرات سابقة تسهل تذكره، وكذلك القدرة على اختيار الأفكار الصحيحة للاحتفاظ بها في الذاكرة.

وهكذا، تعطيك المهارات السابقة صورة دقيقة ووافية عن مدى أهمية هذه المهارات في عملية الاستماع وضرورة تحليك بها من أجل نجاحك في تواصلك مع الآخرين.

عادات الاستماع غير البناء

لعلك ما تزال تتذكر معوقات التواصل الاجتماعي التي تحدثنا عنها في الفصل الأول. فإذا ما عدت إليها وتأملت بها فستجد أن قدرا لا يستهان به من هذه المعيقات والحواجز يعزى إلى عدم تحلي بعض أطراف العملية الاتصالية بمهارات الاستماع والإنصات. فهناك حواجز عديدة تحول دون حدوث عملية الاستماع بسلاسة ويسر بين أطراف العملية الاتصالية. فما هذه الحواجز أو المعوقات التي تتحكم بعملية الاستماع والإصغاء؟ هناك العديد من هذه المعوقات، ومع ذلك يمكن إبراز المعيقات الآتية[10]:

- عدم إبداء المتلقي الاهتمام الكافي بما يقوله المرسل.
- عدم انتباه المتلقي لما يقوله المرسل.
- عدم استخدام المرسل للغة أو الرموز التي تتناسب مع متطلبات الموقف.
- عدم وجود ترابط منطقي بالرسالة.
- عدم اختيار المرسل وسيلة الاتصال المناسبة للموقف.
- عدم توافر الوضوح والدقة والشمول في الرسالة.
- تعالي المرسل على المتلقي.
- عدم الحصول على تغذية عكسية/ استجابة من المتلقي تبين مدى فهمه للرسالة.
- الحالة النفسية السيئة لدى كل من المرسل والمتلقي، مما قد يدفع بأحدهما أو بكليهما إلى الملل وعدم التحمل.
- اتجاهاتنا المسبقة ومواقفنا العدائية نحو المرسل ونحو الموضوع الذي يتحدث عنه.

ثانياً: التحدث مع الآخرين

تشير الركيزة الثانية من ركائز التواصل الاجتماعي، وهي التحدث مع الآخرين، إلى تلك القدرة التي يمتلكها الفرد على توظيف مهاراته اللفظية واللغوية والصوتية والجسدية أثناء تواصله مع الآخرين سواء على مستوى التعبير أو الاستيعاب؛ فإن لم يحسن الفرد توظيف هذه المهارات أثناء تواصله مع الآخرين فإن هذه العملية ستكون عرضة للفشل.

وفي الحقيقة، هناك مبادئ ومهارات عديدة عليك تعلمها والإلمام بها حتى تكون متحدثا أو مرسلا مؤثرا في الآخرين، ويتعلق قدر كبير منها بعملية استعدادك للموضوع وتحضيرك له، وقدر آخر منها يتعلق بالمبادئ الواجب أخذك بها عند تحدثك أمام الآخرين. ودعنا نبدأ بمبادئ التحضير للحديث ومهاراته.

أولا: المبادئ المتعلقة بالتحضير للحديث:

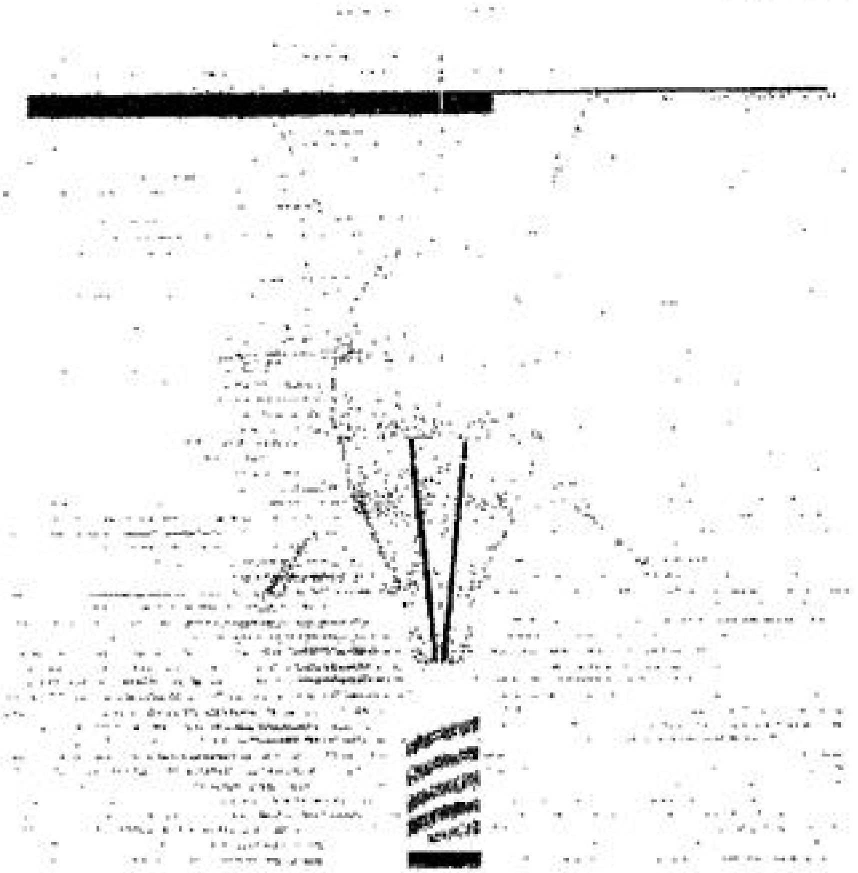
أ- جمع المعلومات عن المتلقي/ المتلقين:

لابد لك من تكوين فكرة عامه عمّن ستتحدث معه أو معهم من حيث العمر، ومستوى التعليم، ومدى اهتمامه أو اهتمامهم بالموضوع الذي تتحدث عنه؛ إذ تختلف قدرة الناس على الفهم تبعا لمستويات التعليم والعمر، والاهتمام بالموضوع واتجاهاتهم نحوه ومدى صلتهم به، وهل يوافق معظمهم وجة نظرك أم أنهم لا يهتمون بها. وفي مثل هذه الحالة تكون مطالبا بجمع ما يلزم من المعلومات والحقائق عنه أو عنهم قبل التحدث معهم ليتسنى لك تصميم رسالتك أو حديثك.

ب- جمع المعلومات عن الموضوع:

إجمع أكبر قدر من المعلومات عن الفكرة أو الأفكار التي تنوي تناولها في حديثك، عندها ستكون لديك القدرة على إيصالها للمتلقين. فالمعلومات التي ستجمعها ستكون مصدر قوة ونجاح لك، وبخاصة في توصيل أفكارك بوضوح

للآخرين. فالأفكار الواضحة في ذهن صاحبها تصل إلى المتلقي أو المستمع أسرع بكثير من الأفكار غير الواضحة. وعليك أن تتذكر هنا بإن الفكرة الواضحة تشبه نور المصباح: كلما كان نوره عاليا وقوياً اهتدينا إلى طريقنا دون عناء أو مشقة (انظر الشكل التوضيحي 4).



الفكرة الواضحة تشع كالنور

شكل (4)

وتأمل في قول المفكرالعربي النفري الذي عاش في العصر العباسي: "كلما اتسعت الرؤية ضاقت العبارة". إنك سترى مدى تأكيده على ضرورة وضوح الفكرة أو الأفكار في ذهن المتحدث،. إن هذا الوضوح هو الذي سيسهل وصول الفكرة إلى المتلقي بسرعة وفهم. لذا لابد من جمع أكبر قدرمن المعلومات والحقائق والبيانات والأدلة والأسانيد عن الموضوع الذي ستتحدث عنه لأن ذلك سيساعدك على تمثل الأفكار المهمة فيه واستيعابها. فكلما ازدادت معرفتك ومعلوماتك عن الموضوع الذي

تتحدث فيه ازدادت قدرتك على توصيل أفكارك بوضوح ودقة، وازدادت قدرتك على التعبير عنه.

ج- اختيار المكان الذي ستتحدث فيه:

سبق أن تحدثنا عن أهمية المكان أو البيئة الاتصالية في نجاح العملية الاتصالية. ومع ذلك لا بأس من التأكيد مجددا على هذا البعد الحيوي في هذه العملية. والمكان الذي نعنيه هنا هو الحيز الجغرافي بعناصره المادية المختلفة الذي سيجمعك بمن ستتحدث إليه أو إليهم. وبهذا المعنى يعد المكان من أهم العوامل التي ستؤثر على اتصالك مع الآخرين وتوصيل رسالتك إليهم بشكل فاعل ومؤثر. فالمكان المناسب يشعرنا، في الحقيقة، بالراحة ويدفعنا إلى الاسترسال بالحديث، ويشعرنا بالثقة بالنفس، ويمنحنا القدرة في السيطرة على لغة حديثنا.

وأما المكان غير المناسب فيؤثر على نفسيتنا وعلى الطريقة التي سنقول بها كلامنا، وعلى محتوى ما سنقول. إن المكان غير المناسب، في الواقع، يشعرنا بالانقباض وعدم الراحة وقد يعمل على إعاقة اختيارنا وانتقائنا للكلمات المعبرة عما نريد. فكم مرة شعرت في حياتك بأن الكرسي أو المقعد الذي تجلس عليه في المكان المخصص لك غير مريح؟ أو أن الإنارة في المكان الذي تريد التحدث فيه غير كافية؟ أو ان المكان مزدحم بالناس أو الضوضاء؟ أو يتصف بالبرودة أو الحرارة الزائدة؟ كيف ستكون أحاسيسك في هذه المناسبات؟ إنها أحاسيس أقل ما توصف به أنها غير مريحة، وغير مشجعة على التواصل وعلى قول ما تود قوله. لذا احرص على ان يكون المكان مناسبا ومشجعا لك على الحديث، اي ابتعد وتجنب ما تم ذكره سابقاً من ظروف غير لائقة بالمكان. وأما في الحالات التي لا دور لك فيها في اختيارالمكان، فما عليك إلا أن تكيف نفسك قدر المستطاع مع المكان، أي هيئ نفسك للتعامل مع الأمر الواقع.

وفي حالات أخرى يتم استخدام المكان للإشارة إلى الجو العام الذي تتم فيه العملية الاتصالية. فقد يتواجد في المكان بعض الأشخاص الذين لا ترغب بأن يكونوا موجودين، كأن يكون موجود أحد الموظفين الذي كنت قد فصلته من العمل، أو أحد رجال الأمن الذي تخشى من أن يكون قد جاء لأخذ ملاحظات على حديثك، أو أن تكون زوجتك الطليقة ضمن الحضور، أو أبوها إلخ. إن مثل هذا الأمر قد يؤثر على مزاجك العام وعلى محتوى حديثك.

د- اختيار الوقت المناسب:

قليلا ما يولي المتحدثون اهتماما بمثل هذا البعد، أي البعد المتعلق باختيارهم الوقت المناسب لقول ما يودون قوله. وفي الحقيقة فإن اختيار الوقت المناسب لقول ما تود قوله للآخرين مهارة على قدر كبير من الأهمية. لذا يتوجب عليك مراعاتها والأخذ بها والعمل بمقتضاها إذا ما أردت أن يكون تواصلك فاعلا ومؤثرا في الآخرين. فكثيرا من حالات الفشل في التواصل مع الآخرين يعزى إلى سوء التوقيت. لذا عليك اختيار الوقت المناسب، سواء الوقت المتعلق بك أنت أو الوقت المتعلق بالآخرين. والوقت الذي نعنيه في العملية الاتصالية يكون على مستويين، هما:

أ- الوقت بمفهوم الزمن (أي الساعة، واليوم، والفترة الزمنية- الصباح، الظهيرة، بعد الزوال، مساء، ليلا).

ب- الوقت بمفهومه المشاعري والعاطفي والجسدي، أي الحالة المزاجية والمشاعرية والجسدية التي تكون أنت عليها، أو يكون المتلقي عليها.

ففيما يتعلق بالمستوى الأول فإن الكثير من الناس لا يحسن اختيار الوقت لنقل أفكاره أو مشاعره للمتلقين. فقد يختارون وقتا لا يكون الآخرون، لسبب ما أو لآخر،

فيه بحالة تسمح لهم بالاستماع. عندها ستتعثر العملية الاتصالية. وحتى تتجنب مثل هذا الوضع، عليك أن تسأل المتلقي إن كان لديه متسع من الوقت للاستماع إليك. فإن أبدى قبولا أو موافقة فلا بأس من التواصل معه. وأما إن اعتذر لسبب أو لآخر فلا تصر عليه وتجبره على الاستماع إليك وهو كاره لذلك، بل اتفق معه على وقت آخر يكون متفرغا للاستماع إليك.

صحيح بأن هناك بعض الحالات أو المواقف قد لا يكون بوسعك تأجيل الحديث لسبب ما يتعلق بوقتك أنت أو بناء على رغبة الآخر بذلك، ومع ذلك احرص على عدم زج المتلقي بالحديث إليه وهو كاره له؛ حيث تؤكد نتائج الدراسات المعنية بالتواصل مع الآخرين في هذا الصدد بان النتائج المحتملة التي قد تنجم عن التأجيل ستكون أقل سلبية وضررا على علاقتكما من النتائج المحتملة التي قد تنجم عن إصرارك عليه.

وأما فيما يتعلق بالمستوى الآخر للوقت، فإنه من الأفضل لك وللآخر أن تكونا في حالة توازن مشاعري. لذا لاتتواصل مع الآخرين إذا كنت مضطربا، أو منزعجا، أو في حالة غضب أو حزن أو زعل، أو كنت في حالة من الإرهاق أو التعب الجسدي أو المرض أو الجوع أو العطش. إن التواصل مع الآخرين في هذه الحالات لا يفضي إلاّ إلى عدم توصيل أفكارك ومشاعرك بفاعلية وتأثير إليهم. والشيء نفسه ينطبق على الآخرين. فلا تتواصل معهم إلا إذا كانوا هم أيضا في حالة جسدية وعاطفية تسمح لهم بالاستماع إلى ما ستقوله لهم.

ثانيا: المبادئ والمهارات المتعلقة عند الحديث:

والآن، بعد أن تكون قد فرغت من جمع المعلومات الكافية عن المتلقي أو

المتلقين، وعن الموضوع الذي تود الحديث فيه، وبعد أن تم تحديد المكان الملائم، وكنت في حالة ارتياح جسدي ونفسي، حان الوقت لقول ما تود قوله. وهنا عليك الأخذ بما يلي:

1- اجعل الانطباع الأولي عنك إيجابيا

إن الانطباع الأولي، سواء الإيجابي أو السلبي، يدوم في أذهان المتلقين ويؤثر على اتجاههم وسلوكهم نحوك، وعلى استيعابهم لما تقول. إن الانطباع الأول الذي نكونه عن الآخر لا تستغرق عملية تكوينه في أذهاننا أكثر من بضع ثوان، كما يرى علماء النفس المعنيين بعملية الإدراك وتكوين الصور الذهنية، غير أن عملية تغييره تستغرق ثلاثة أسابيع فأكثر[11]. لذا، احرص على أن تعطي انطباعا إيجابيا عنك في أول لقاء يجمعك مع من ستتحدث له أو لهم، وذلك باختيار الكلمات المهذبة والرقيقة التي من شأنها أن توثق من علاقتك بمن تتحد معه أو معهم.

2- بادر بتقديم نفسك للآخرين:

إذا كانت المرة الأولى لك للتحدث مع شخص ما أو جمهور ما فبادر بتقديم نفسك له أو لهم ولا تتوقع منه أو منهم أن يبادروا هم بذلك لأن البشر يخافون ويخشون الكشف عن أنفسهم في اللقاءات التي تجمعهم بغرباء لأول مرة؛ لأن هؤلاء الآخرين مجهولو الهوية بالنسبة إليهم، وعليه، فهم غير واثقين بالنتائج المترتبة عن هذا الإفصاح أمامهم. إنهم أشبه ما يكونون بالسلحفاة المتقوقعة داخل صدفتها، وقد لا يخرجون منها إلا حين يكونون في مأمن من الخطر. فامنح الآخرين هذه الثقة والأمان ليخرجوا من "قوقعتهم". وهذا لا يتطلب منك سوى الكشف عن هويتك، أي من أنت. فقم بالتعريف عن نفسك لتزيل الخوف من نفوسهم، وتمنحهم الثقة والراحة

والأمان. وبعد ذلك ستجد أنهم لن يترددوا بتقديم أنفسهم بعد أن اطمأنوا إليك، وستجدهم يستمعون إلى حديثك ويتابعون ما تقول.

3- ركز على موضوع الحديث:

يعدّ محتوى الحديث من أهم عناصر الحديث المؤثر. ويمكن تحقيق الحديث المؤثر عن طريق حصولك على معلومات كافية ووافية ودقيقة عن الموضوع الذي تريد التحدث عنه كما بينا قبل قليل. وحتى يتحقق التأثير المنشود يتوجب أن تتبع أساليب الإقناع المتبعة في التأثير على الآخرين والتي ستتحدث عنها بعد قليل.

وعليك أن تتذكر ونحن بصدد الحديث عن محتوى الحديث، بأن تختار الطريقة المناسبة في توصيل رسالتك إلى الآخرين وكذلك توصيل مشاعرك وأحاسيسك بشكل صحيح إليهم. وهنا نود أن نلفت انتباهك إلى بعض الأخطاء التي يقع فيها الكثير من المتحدثين أثناء حديثهم أو تواصلهم مع الآخرين لئلا تقع بها أنت، وتقلل من قدرتك في التأثير على الآخرين؛ إذ كثيرا ما نجدهم يلجأون إلى استخدام كلمات صعبة، ومصطلحات غير مألوفة، أو مفردات أجنبية لا يعرفها الآخرون، ظنا منهم أن مثل هذا الاستخدام سيضفي عليهم نوعا من الاحترام والتقدير لدى الآخرين. لكن هذا الاعتقاد أو الظن خاطىء تماما لأنه يحول دون وصول رسائلهم إلى هؤلاء الآخرين. فما الفائدة، إذا، من هذا الأسلوب في التحدث؟

إن تأثيرك بالناس لن يكون إلا بالقدر الذي يكون حديثك مفهوما وواضحا لديهم، وليس بعدد الكلمات الصعبة التي تستخدمتها أمامهم، أو المصطلحات الغامضة وغير المألوفة. إن استخدامك لكلمات صعبة أو مصطلحات أجنبية قد يولد لدى بعضهم شعورا بأنك شخص متعال عليهم وأنك تستعرض مقدرتك اللغوية

أمامهم، الأمر الذي قد يخلق بينك وبينهم سدا نفسيا يحول دون فهمهم لـك. وعليـه، ننصحك بالابتعاد عن ذلك والتركيز بالمقابل على اختيارك لمفردات أو كلمات تتناسب مع مستواهم المعرفي لأن الهدف النهائي للاتصـال هـو توصـيل أفكـارك أو مشـاعرك إليهم من جهة، وتعميق التفاهم وتمتين العلاقات بينك وبينهم.

4- كن بشوشا وأنت تتحدث:

إن عملية الاتصال تبـدأ بالوجـه قبـل اللسـان. أي يتوجـب عليـك أن يكـون وجهك مرتاحا وبشوشـا ولا تبـدو عليـه علامـات التـوتر والعبـوس، بـل علامـات الارتياح والاسترخاء. فالابتسامة الطبيعية على الوجه هي المفتـاح الطبيعـي والفاعـل لنجاح الاتصال بينك وبين من يستمع إليـك. إن الابتسـامة الطبيعيـة غـير المصـطنعة والمتكلفة هي بمثابة "جواز سفر" لدخولك قلوب الآخرين. فمن شأنها أن تقربك مـنهم وتعمق الاتصال معهم، وتولد عندهم إحساسا بأنك شخص واثق من نفسـك، ومـن قدرتك على التحدث بالموضوع الذي تتحدث فيـه، كمـا أنهـا تشـدهم إلى حـديثك، وتولد لديهم شعورا بالتعاطف معك ومتابعة حديثك بجدية واهتمام وتركيز.

5- استفد من لغة العيون:

تلعب العيون بعدُها قناة اتصالية تنقل للآخرين مشاعرنا من خلالها دورا مهمـا للغاية في تمتين التواصل بيننا وبينهم. فلا تغفل الاستفادة من استخدام هذه اللغة سواء من طرفك أو من الطرف الآخر. فمثلا يعد تلاقي العيـون أثنـاء المحادثـة، سـواءً كـان لشخص أو مجموعة بُعداً مهماً وأساسـياً في التحـاور سـواء كنـت أنـت المتحـدث أو المستمع لأنك تعطي انطباعاً قوياً أنك تصغي بانتباه وتركيز أو أنـك تتحـدث بصـدق وعزم واقتناع وثقة تامة لما تطرحه. فإذا كنت تتحدث مع شخص واحد فـانظر حـول

عينيه ودعه يعلم بأنك تفهم مايقول ومكترث لما تسمع منه مع إيماءة خفيفة برأسك على فترات متباعدة.

وأما إن كنت في وسط مجموعة، فاحرص على أن تنظر بتتابع لعين كل شخص على حدة وفي فترات متقاربة نسبيا، لأنك لو ركزت النظر على أحدهم وأهملت الآخرين فسيفسروا الأمر بأنهم ليسوا جديرين باحترامهم، أو يظنون بأنك شخص متحيز، وتفتقر إلى الذوق والكياسة في مخاطبة الآخرين والتحديث إليهم.

6- استخدم الصوت المناسب:

من المهارات التي يتوجب عليك معرفتها والأخذ بها مهارة استخدام الصوت والتحكم به. فصوتك مهم في عملية تأثيرك بالآخرين. فجميعنا لديه القدرة على التحكم بطريقة النطق من خلال التحكم في الصوت بطريقة صحيحة من حيث التنويع في درجة النغم، والتحكم في الإلقاء، وفي استخدام الفواصل والتوقف والاستراحات بين الجمل والكلمات، واعتماد التركيز والضغط على الكلمات المهمة، واللفظ الجيد لجميع الحروف ووضوح الصوت. ومن هذا المنطلق يتوجب عليك عدم التكلم بصوت مرتفع عندما لا يتطلب الموقف منك ذلك. فالنبرة العالية تنفر الطرف الآخر وتزعجه. لذا، اجعل نبرة صوتك عند الحديث واضحة، لأن النبرة المنخفضة تعطي انطباعا بأنك متردد وضعيف الشخصية وغير واثق من ما تود قوله. واجعل مخارج حروفك واضحة دون التشديد عليها لئلا يَشعر الآخرون انك تبالغ في الحديث، اللهم إذا وتتضى الأمر مثل ذلك.

7- شجع الاستجابة او التغذية المرتدة بينك وبين الآخرين:

عليك أن تستفيد من ردود أفعال المتلقين إزاء ما تقول. وهناك طرق عديدة

يمكن أن تلاحظ من خلالها مثل هذه الردود كالإنصات الجيد، والمشاركة في الحديث، والأسئلة التي تسألها، وغير ذلك الكثير من هذه الردود التي تفيدك في تكوين صورة عامة عن أدائك. فقد تغيّر من لهجة الحديث، أو إعادة التحكم بالصوت من حيث ارتفاعه أو انخفاضه، أو في جلستك، أو طريقة إلقائك، أو تعديل بعض الجوانب من الموضوع الذي تتحدث فيه. وهكذا تعمل الاستجابة أو التغذية المرتدة على إعادة نظرك وتقييمك لما تقول. فاحرص دوما على تشجيعها والسماح بها لأن ذلك سيعود عليك بالفائدة المرجوة.

ثالثاً: اقناع الآخرين

هذه هي الركيزة الأساسية الثالثة من ركائز التواصل الاجتماعي التي أنت بحاجة ماسة إلى تعلّم مهاراتها ومبادئها من أجل اتمام أعمالك اليومية المختلفة وفي قيامك بنشاطاتك المتنوعة. فالتواصل الناجح مع الآخرين يقتضي منك اكتساب مهارات التواصل المقنع مثلما اقتضى منك تعلم مهارات الاستماع والتحدث. فلم تعد عملية مخاطبة الناس والتواصل معهم في المناسبات المختلفة يعتمد على الارتجال والعفوية وسرعة البديهة. بل على استخدام مهارات معينة وأسس علمية محددة.

ونعني بالإقناع هنا عملية إيصال الأفكار والاتجاهات والقيم والمعلومات إما ايحاء أو تصريحا عبر مراحل معينة. وفي ظل حضور شروط موضوعية وذاتية مساعدة[12].

أنواع الإقناع

1. الاقناع العقلاني:

يستند هذا النوع أو الشكل من الإقناع على العقل والمنطق بكل ما يتطلبه ذلك من أسانيد وحجج وبراهين وأدله. واستنادا إلى ذلك يمكن تعريفه بأنه تلك الجهود

التي الأفراد، أو تمارسها المؤسسات المختلفة، وبخاصة مؤسسة الاتصال الجماهيري، في التأثير على المتلقي أو المتلقين أو الرأي العام من خلال توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة عن الموضوع أو القضية المعنية.

2. الإقناع الخداعي أو التضليلي:

لا يقوم هذا النوع من الإقناع على نقل المعلومات الصحيحة، بل الخاطئة والمشوهه والمضللة. إنه إقناع يستند إل تزييف الحقائق ولويها. وهو في هذه الحاله أشبه بالخداع والتضليل. ففي المجال الإعلامي يعدّ هذا النوع من الإقناع تضليلا للعقول وتسييساً لها وأداة في قهرها، على حد تعبير المفكر "هربرت شيللر".

وعليه، فإن الإقناع الخداعي هو شكل من أشكال التضليل تعمد فيه الجهة المقصودة إلى التأثير على المتلقي أو المتلقين عن طريق الاتصال الذي يسقط عن عمد بعض جوانب الحقيقة عن القضية أو الموضوع والتي لو عرفها المتلقي أو المتلقين فستؤثر جذريا على قراره أو قرارهم. ولنا في جهود اللوبي الصهيوني ونشاطاته الدؤوبة في تشويه الحقائق المتعلقة بالقضية الفلسطينيةعلى الساحة الغربية خير دليل على ذلك.

تأثيرات عناصر الاتصال الإقناعي

قام عدد كبير من الباحثين من علم النفس وعلم النفس الاجتماعي في بداية الخمسينيات، وفي مقدمتهم هوفلاند (Hovland)، بإجراء دراسات عديدة على كل عنصر من عناصر الاتصال المقنع لتحديد الخصائص التي يتحلى بها والتأثير الذي يمارسه في عملية التاثير على اتجاهات الأفراد واعتقاداتهم وسلوكاتهم في المجالات المختلفة (الصحية والسياسية والتربوية والبيئية والتجارية والإعلامية والاستهلاكية، ومجالات أخرى عديدة).

واستمر البحث في الستينيات والسبعينيات في الكشف عن هذه الخصائص من خلال دراسات ميدانية حول تأثير الرسائل الإقناعية الموجَّهة للأفراد من خلال قنوات

الاتصال المتعددة كالتلفزيون والراديو والمطبوعات والمعلقات والمطويات التجارية والتوعوية، وكذلك على الأشخاص، أي قنوات الاتصال الشخصي. وقد توصلوا في هذا الصدد إلى نتائج عديدة تتعلق بتحديد خصائص كل عنصر من عناصر الاتصال الإقناعي والمزايا الفريدة له في عملية إقناع الآخرين والتأثير في اتجاهاتهم وسلوكاتهم، وذلك كما يلي:

1- خصائص تتعلق بالمصدر.

2- خصائص تتعلق بالرسالة المقنعة.

3- خصائص تتعلق بالمتلقي وحالاته النفسية أثناء التعرض للاتصال.

4- خصائص تتعلق بطريقة/ طرائق الاتصال الإقناعي

تأثيرات المصدر

توصل هوفلاد وزملاؤه في منتصف الستينيات إلى نتائج عديدة تتعلق بالمصدر والدور الذي يقوم به في عملية الإقناع. فقد تبين لهم بأن الفرد لا يغير من اتجاهاته بمجرد محاولة الآخرين التأثير عليه أو إقناعه بوجهات نظرهم. فالإقناع ليس عملية أوتوماتيكية. وإنما تتأثر إلى حد كبير بخصائص الشخص الذي يقوم بعملية التأثير علينا أو إقناعنا بأمر ما. ولو عدت إلى تاريخ انتشار الدعوة الإسلامية لوجدت ما يؤيد هذا بوضوح وجلاء. فقد كان يتم اختيار الصحابة الذين يتصفون بصفات معينة حتى يستطيعوا إقناع الناس بالدعوة الإسلامية. فما الخصائص التي تميز المصدرالذي يقوم بعملية الإقناع. هناك خصائص عديدة، أهمها[13]:

1- صدقية المصدر وموثوقيته ومدى جدارته بثقتنا

(relaibility and trustworthiness):

يؤكد علماء النفس الاجتماعي بأننا كأفراد إنما نستجيب للأشخاص بناء على إدراكنا لهم، أي كيف نراهم: هل هم أشخاص جديرون بثقتنا؟ أم غير جديرين بها؟

هل هم أشخاص يحظوْن بصدقية عالية عندنا أم منخفضة؟ هل هم أشخاص نثق بهم أم لا نثق؟ في ضوء هذا الإدراك لهم نستجيب لما يقولونه لنا أو يطلبونه منا. فكلما كان إدراكنا لهم بعدِّهم أشخاصاً يتسمون بالجدارة والموثوقية ويتحلون بالصدق كنّا أميل إلى تصديقهم، وكان تأثيرهم فينا قويا. وقد توصل هوفلاند وزملاؤه في هذا المجال إلى ما يلي:

- يدرك الناس الأشخاص ذوي الصدقية المنخفضة على أنهم متحيزون وغير منصفين في تقديمهم لما يعرضونه من رسائل إقناعية، وذلك خلافا لإدراكهم للأشخاص الذين يتمتعون بصدقية عالية.
- توثر المصادر ذات الموثوقية العالية على آراء المتلقين تأثيرا مباشرا أقوى من تأثير المصادر ذات الموثوقية المنخفضة.

قد تزول التأثيرات الإيجابية للاتصال ذي المصدر عالي الموثوقية، والتأثيرات السلبية للاتصال ذي المصدر منخفض الموثوقية بعد عدة أسابيع من التعرض للرسالة الإقناعية.

2- جاذبية المصدر الجسدية Physical Attractiveness

هل يختلف تأثير الرسالة الإقناعية باختلاف درجة الجاذبية الجسدية للمصدر؟ بمعنى آخر: هل هناك اختلاف في درجة تأثير المحاضرة التي يلقيها معلم وسيم أو معلمة جميلة على اتجاهات المتلقين أكثر من التأثير الذي تحدثه المحاضرة التي يلقيها معلم غير وسيم أو معلمة غير جميلة؟ وهل يؤثر جمال فتاة تروِّج لسلعة ما أو تقوم بإعلان لها في إحدى قنوات الإعلام على ارتفاع نسبة شراء تلك السلعة أكثر من ذاك التأثير الذي يحدثه الترويج للسلعة نفسها والإعلان نفسه الذي تقدمه فتاة أقل جاذبية وجمالا من الفتاة في الحالة الأولى؟

لقد دعمت نتائج الدراسات في هذا الصدد ما ذهب إليه هوفلاند وزملاؤه من

تأكيدهم على دور العملية الإدراكية في هذا المجال. فقد تبين لهم بأن درجة تأثير الرسالة على اتجاهاتنا مرتبطة بدرجة جاذبية مصدرها لنا. بمعنى آخر هناك تحيّز في الإدراك عند الفرد يصب في مصلحة الجمال والوسامة. أي أننا نميل إلى إدراك الشخص الوسيم والمرأة الجميلة بأنهما أيضا أشخاص سعداء وأذكياء ومخلصون. وقد أطلق الباحثون على هذه العملية الإدراكية المتحيزة: الصورة النمطية للجاذبية الجسدية (Physical Attractiveness stereotype). أي أن هناك سطوة للجمال. وهذا ما يفسر لك الكثير مما تراه في الإعلانات التجارية؛ حيث يميل المروّجون إلى الاعتماد على عنصر الجاذبية الجسدية في الترويج لسلعهم، كما يفسر لك في الوقت نفسه لماذا يتم اختيار النساء الجميلات أو الرجال الوسيمون لقراءة الأخبار أو إعداد البرامج في التلفزيون. ومع أن هذه النتائج هي نتائج تنحاز للجاذبية الجسدية على حساب أشياء أخرى، ومع ذلك تبقى نتائجَ يجب أن نتعامل معها بحذر.

ويمكن تلخيص نتائج أهم الدراسات التي توصلت إليها الدراسات في مجال جاذبية المصدر وعلاقته بالإقناع كما يلي:

1- الجاذبية قاعدة قوية في التأثير، ولكن ليس دائما.

2- تختلف درجة تأثير الجاذبية الفيزيقية لمصدر الاتصال من موقف لآخر.

تاثيرات الرسالة

إن خصائص المصدر السابقة، على أهميتها، ليست كافية لإحداث التأثير والتغيير في اتجاهات المتلقي ومواقفه وآرائه. فللرسالة دور أيضا في ذلك؛ حيث هناك تأثير خاص لها قد يقوي تأثيرات الاتصال أو يعمل على التقليل منها أو إضعافها. فما خصائص الرسالة الإقناعية؟ في الحقيقة هناك متغيرات عديدة تلعب دورا كبيرا في تأثير الرسالة على المتلقي أو المتلقين، وأهمها ما يلي:

أولا: طبيعة مضمون الرسالة الإقناعية:

أي الرسائل أكثر إقناعا وتأثيرا على المتلقي: الرسائل الضمنية التي لا يفصح المصدر عن هدفه منها بشكل مباشر وصريح، بل يتركه للمتلقي ليستنتجه بنفسه؟ أم الرسائل الصريحة التي يفصح فيها المصدر عن هدفه بشكل صريح ومباشر؟

يتوقف تقديم الرسائل الإقناعية لهدفها أو عدم تقديمها على المتغيرات الآتية كما دلت نتائج الدراسات في هذا الصدد[14]:

أ- مستوى تعليم المتلقي وثقافته.

ب- أهمية موضوع الرسالة بالنسبة للمتلقي.

ج- درجة صلة المتلقي بموضوع الرسالة.

د- مكانة المرسل الاجتماعية والثقافية لدى المتلقي.

دعنا نوضح لك كيف تعمل أو تؤثر هذه المتغيرات على مضمون الرسالة الاتصالية التي يتلقاها المتلقي، وذلك استنادا إلى نتائج الدراسات التي قام بها الباحثون، وبخاصة هوفلاند في هذا المجال:

1- كلما زاد تعليم المتلقي وزادت ثقافته كان من الأفضل ترك الهدف له ضمنياً ليستنتجه بنفسه. وأما إذا كان المتلقي أقل تعليما فذكر الهدف له بشكل صريح أكثر تأثيرا وإقناعا لأنه قد لا ينجح بمفرده في استنتاج ذلك بسبب تدني مستواه المعرفي والثقافي.

2- كلما كان الموضوع مهماً بالنسبة للمتلقي اترك المتلقي يستخلص النتائج والأهداف بمفرده. لماذا؟ لأنه في هذه الحالة يكون لديه معلومات وفيرة وكثيرة عن الموضوع، لذا فسوف يدقق ويتمعن في فحص وتحليل حججك وأهدافك.

3- إن تعقُّد موضوع الرسالة له أثر على فاعليتها ومدى اقتناع المتلقي وفهمه لها. فإذا كان من السهل على المتلقي الخروج بالنتائج وحده دون مساعدتك له فإن

تقديمك لهذه النتائج لن يغير من الأمر كثيراً. ولكن اذا كان الخروج بالنتائج صعباً فإن من الأفضل تقديم هذه النتائج له بشكل محدد.

4- إن إستخدام أدلة في الرسالة يتعلق بإدراك المتلقي لصدقية المصدر ومدى جدارته بالثقة: فكلما زادت صدقيته قلت الحاجة لمعلومات وادلة مؤيدة لما يقول.

5- بعض الموضوعات تحتاج لأدلة أكثر من غيرها.

6- التقديم الضعيف للرسالة يقلل من تأثير الأدلة التي تقدمها.

7- تقديم الرسالة لشواهد وأدلة يكون ذا تأثير أكبر على المتعلمين. أي أولئك الذين يتوقعون براهين وشواهد في الرسالة.

ثانيا: تقديم الرسالة لأدلة وشواهد:

يميل الكثير من الناس إلى تدعيم تأثير رسائلهم الإقناعية بتقديم أدلة وشواهد تتضمن معلومات وآراء ليضفوا الصدقية على ما يقولون. فهل هذا النوع من أساليب التقديم مفيد برأيك؟ في الحقيقة هناك بعض الخصائص للحجة أو الأدلة أو الأسانيد التي تتضمنها الرسالة المقنعة، وهي[15]:

أ- عدد الحجج: كلما زاد عدد الحجج والأدلة والأسانيد التي تستخدمها الرسالة الإقناعية زادت فرص تأثيرها على المتلقين شريطة أن لا تؤدي إلى الملل عندهم، والتعود عليها. فالحجج العديدة توحي للمتلقين بأن المصدر على دراية واسعة وخبرة كبيرة بالموضوع الذي يتحدث عنه. ولكن هذا ليس دائما.

ب- درجة اختلاف حجة الرسالة عن اتجاه المتلقي: هناك علاقة منحنية بين درجة اختلاف حجة الرسالة عن اتجاهات المتلقي وقوة تأثيرها. بمعنى آخر، يكون الاختلاف مؤثرا إلى حد معيّن، وبعدها يفقد قوته[16]. وهذا مرده أن الأفراد ليسوا سلبيين في ما يعرض عليهم، بل هم أشخاص إيجابيون يتفاعلون مع المعلومات التي تعرض عليهم.

ج- تقديم حجج تدعم الاتجاه المرغوب أو تقديم حجج مضادة للاتجاه غير المرغوب. ماذا تفعل لو مررت بموقف ما وكانت لديك وجهتا نظر متناقضتان ومختلفتان، وتريد أن تقنع الآخرين الذين يستمعون إليك بإحدى هاتين الوجهتين: هل من الأفضل أن تقدم أو تعرض الأدلة والحجج المؤيدة لوجهة النظر التي تتبناها أنت وتؤيدها، ولا تتعرض أبدا لوجهة النظر الأخرى؟ أم تقدم الأدلة والحجج التي تهز وتضعف صدقية وجهة النظر الأخرى التي لا تؤيدها أنت؟ أم تستخدم كلتا الاستراتيجيتين؟

هناك أكثر من عامل يتحكم باستخدامك لأي من الإستراتيجيتين. لكن العامل الأبرز منها، كما تؤكد نتائج الدراسات في علم النفس الاجتماعي، هو ذاك الذي يتعلق باتجاهات المتلقي نحو القضيتين. فإذا كانت اتجاهات المتلقي يؤيد الرأي الذي تريد تقويته فإنه من الأفضل ألا تتعرض لوجهة النظر الأخرى المناقضة. والعكس صحيح. اللهم إلا إذا شككت بأن المتلقي قد يتعرض لحجج مضادة من مصدر آخر. ففي هذه الحالة يرى الباحث ماكجوير (McGuire) بأنه من الأفضل دحض وجهة النظر الأخرى من البداية حتى تعمل على تحصين المتلقي مستقبلا[17].

وفي هذا الصدد أيضا اتضح للباحثين أن الإقناع في هذه الحالات يعتمد على ما يلي:

1- درجة تصديق المتلقي للمصدر: حين يكون تصديق المتلقي للمصدر ضعيفاً أو معتدلا فإن تقديم أدلة وشواهد يساعد في إقناعه أكثر، شريطة أن يحسن المصدر تقديم هذه الأدلة.

2- تزيد الأدلة والشواهد من مقدرة المصادر التي تكون درجة تصديقها منخفضة. ولكنها لا تؤثر على مقدرة المصادر العالية على الإقناع.

3- إن تقديم الرسالة لدليل أو أدلة واقعية يؤثر على المتلقي الذي يتمتع بمستوى عال من التعليم والثقافة أكثر من تأثيرها على الآخر ذي التعليم والثقافة

المنخفضين. فالأدلة هنا تعمل على تحصينه بجرعة تحميه من الدعاية المضادة وتجعل الآراء أكثر استقراراً.

ثالثا: عرض الرسالة للحجج المؤيدة والحجج المعارضة:

هل يكون الإقناع أكثر فاعلية حين تقدم للطرف الذي تتعامل معه الحجج التي تروّج للجانب المؤيد لوجهة نظرك فقط(One single message)؟ أم حين تقدم له الحجج المعارضة أيضاً (Two sided message)؟ تؤكد الدراسات في هذا الصدد ما يلي[19]:

1- إن تقديم الحجج المؤيدة والمعارضة تكون أكثر فاعلية، بشكل عام، وأقدر على تغيير وتحويل اتجاهات المتلقي إذا كان متعلماً.

2- حين يبدو المتلقي متردداً فإن تقديم الجانبين (المؤيد والمعارض) يكون أكثر تأثيراً.

3- إن تقديم الرسالة لجانب واحد من جوانب الموضوع يكون أكثر فاعلية في تحويل وتغيير اتجاهات المتلقي ذي التعليم القليل.

4- تقديم جانب واحد يكون أكثر إقناعاً لدى المتلقي الذي يؤيد أصلاً وجهة النظر المعروضة. فالتأثير في هذه الحالة يصبح تعزيزاً وتدعيماً لوجهة نظرالمصدر.

5- الرسالة التي تقدم جانبي الموضوع في حياد واضح (وإن كان وهمياً) يحتمل أن تحدث تأثيراً عكسياً في الحالتين التاليتين:

أ. إذا ساور المتلقي أقل شك في تظاهرك بالحياد. في هذه الحالة لا يصبح عرضك لجانبي الموضوع أي فاعلية. لماذا؟ لأن المتلقي يلاحظ بسرعة قصور أي حجة لها صلة بالموضوع في الرسالة التي تقدم الحجج المؤيدة والمعارضة أكثر مما يلاحظها في الرسالة التي تناقش جانباً واحداً من جوانب الموضوع.

ب. إذا كان الحياد أقرب إلى الكمال بحيث يبدو وكأنه عرض متوازٍ فإنه في هذه الحالة لا يصبح له تأثير.

6- الرسالة التي تذكر جانبي الموضوع (المؤيد والمعارض) تكون أكثر قدرة على تحصين المتلقي من الدعاية المضادة. في حين أن الرسالة التي تعرض جانباً واحداً تكون غير قادرة على تحصينه.

7- عرض جانبي الموضوع يكون أكثر فاعلية على المدى الطويل من عرض جانب واحد في الحالتين التاليتين:

- حينما يتعرض الطرف الآخر- بصرف النظر عن رأيه الأصلي- للدعاية المضادة بعد ذلك.
- أو حينما لا يتفق رأيه أصلاً مع وجهة نظر المصدر، بصرف النظر عن تعرضه بعد ذلك للدعاية المضادة.

8- تقديم جانبي الموضوع يكون أقل فاعلية من تقديم جانب واحد إذا كان المستقبل يؤيد موقفك ولا يتعرض بعد ذلك لدعاية مضادة.

9- تقديم الرسالة لجانب واحد يكون أكثر فاعلية حينما يحاط المتلقي علماً بنيتك في إقناعه، وحينما لا يكون مدركاً للحجج المضادة.

رابعا: ترتيب الرسالة للحجج والأدلة:

أي الرسائل ذات فاعلية أقوى في إقناعها وتأثيرها على المتلقي:

1- هل هي الرسائل التي تقدم أقوى الحجج التي بحوزتها منذ البداية، وتتدرج في النزول لتنتهي بأضعف هذه الحجج؟ أم هو

2- الرسائل التي تحتفظ بالحجج القوية للنهاية، أي تبدأ بأضعف الحجج، ثم تنتقل إلى الأقوى، فالأقوى حتى تنتهي بأقوى هذه الحجج؟.

تؤكد الدراسات في هذا المجال بأن هناك متغيرات تتحكم بذلك، هي:

1. دوافع الطرف المستقبل: حينما لا يظهر هذا الطرف اهتماما بما تقدمه له فالأفضل أن تقدم حججك القوية والأكثر إثارة لاهتمامه في البداية لأنها ستجذبه وتشد انتباهه وتدفعه للمتابعة.

2. حب استطلاع المستقبل واهتمامه بما تقول: في الحالات التي يكون لدى المتلقي حب استطلاع واهتمام ورغبة في معرفة الموضوع الذي تتحدث عنه فإن إعطاءه الحقائق والحجج المهمة في البداية سيعمل على التقليل من هذا الاهتمام ما لم تحافظ على هذا الاهتمام بحجج جذابة ومؤثرة.

3. أساليب جذب اهتمام المتلقي مفيدة وفاعلة إذا كانت المعلومات قادرة على المحافظة على إثارة الاهتمام. أي أن تقديم الحجج الرئيسية في البداية (عكس الذروة) سيكون أكثر فاعلية حينما لا يهتم الطرف الآخر بموضوع رسالتك.

4. إن أسلوب تقديم الذروة هو أسلوب أفضل بالنسبة للموضوعات المألوفة لدى المتلقي، وكذلك الموضوعات التي يهتم بها.

5. إن تقديم الرسالة بأسلوب ما يسمى عكس الذروة (أي البداية) هو أفضل بالنسبة للموضوعات الجديدة وغير المألوفة حين لا يكون المتلقي مهتماً بما تقوله له[18].

خامسا: استثارة الرسالة للانفعالات:

هل اعتماد الرسالة على الإثارة الانفعالية(Emotional Arousal) يجعلها مؤثرة، وما مدى هذا التأثير؟ تبين الدراسات في هذا الصدد:

- إثارة الرسالة لمشاعر الخوف عند المتلقي: هل كلما زادت استثارة الخوف زاد تأثير الرسالة على اتجاهات المتلقين وسلوكهم؟ نعم، ولكن ليس دائما، بل قد تؤدي إثارة الخوف إلى العكس. ويمكن تلخيص النتائج في هذا الصدد كما يلي[19]:

أ- إذا اعتمدت الرسالة على إثارة الخوف فقط، فإن الدرجة المتوسطة من الخوف تؤدي إلى تأثير أقوى من تأثير الدرجة المنخفضة ومن الدرجة العالية).

ب- إذا جمعت الرسالة بين إثارة الخوف والمعلومات فإن العلاقة بين الخوف والتأثير تصبح طردية، أي كلما زادت درجة الخوف زاد تأثير الرسالة.

كيف يمكن تفسير هاتين النتيجتين؟ تجيب نتائج الدراسات التي قام بها الباحث ماكجويرعن ذلك بالقول بإن استثارة الخوف عند الفرد تؤثر على:

- فهم الفرد الرسالة.
- قبول الفرد لها.

فالاستثارة العالية، تقلل من التركيز على محتوى الرسالة، وبذلك تقلل من تعلم الفرد وفهمه لمحتواها، وأما الخوف المتوسط فيؤدي إلى التركيز على المحتوى. وأما الخوف الضعيف فلا يثير الاهتمام بالرسالة بقدر كاف. وفضلا عن ذلك، يؤكد (ماكجوير) على أن الصورة المفزعة في الرسالة قد تجعل الفرد لا يتقبلها، ويطمئن نفسه بأن هذه الحالات المتطرفة لن تحدث له، أو أنها تبالغ في تقديم الحقائق.

تاثيرات المتلقي

لم ينل المتلقي اهتماما كبيرا من الباحثين حين درسوا العملية الإقناعية وخصائص الاتصال المقنع في السنوات المبكرة لهذه الدراسات. فقد كان اهتمامهم منصبا على خصائص المصدر وعلى خصائص الرسالة الإقناعية. ولكنه اتضح لهم بأن هناك جوانب قصور في فهم عملية الإقناع. وحين حاولوا تحديد القصور تبين لهم بأن الأمر يتعلق بالمتلقي أثناء تعرضه لعملية الإقناع، وبحالته العاطفية والمزاجية أثناء تلك العملية، وبسمات شخصيته بشكل عام، فضلا عن قوة دافعيته واهتمامه وصلته بالموضوع الذي يريد المصدر أن يغير اتجاهاته نحوه. فمثل هذه المتغيرات تتدخل في عملية الإقناع من حيث تسريعها أو إضعافها أو إلغائها. وقد وجد الباحثون في هذا الصدد المتغيرات الآتية المتعلقة بالمتلقي والتي تؤثر على عملية إقناعه[20]:

1. حالة المتلقي العاطفية والمزاجية أثناء تلقيه للرسالة الإقناعية.
2. الدافعية: يجب أن تتوجه الرسائل الإقناعية إلى الأفراد الذين يتوقع أن يكون لديهم اهتمام شخصي بموضوعها.

3. السمات الشخصية للمتلقي: وهي سمات تتعلق بنمط شخصية المتلقي بشكل عام، ومدى تقديره لذاته، وقابليته للإقناع، ومدى حاجته للفهم والمعرفة بشكل خاص.

4. عمر المتلقي والقابلية للإقناع: فالصغار أكثر قابلية للإقناع بسبب عدم تبلور اتجاهاتهم في هذا العمر.

محيط الاتصال وبيئته

تعدّ الطريقة التي يقدم بها المصدر رسالته الإقناعية، أو ما يسمى أحيانا محيط الرسالة من المتغيرات المهمة في عملية الإقناع والتأثير على آراء االمتلقي واتجاهاته وسلوكه. فالرسالة الإقناعية قد تقدم بأكثر من وسيلة، ولكل وسيلة من هذه الوسائل خصائصها الإقناعية الخاصة بها. ويقوم المحيط الاتصالي بتحديد هذه الطرق إلى حد كبير. ومن أهم هذه الوسائل أو القنوات المستخدمة في الإقناع ما يلي:

- الاتصال الوجاهي.
- الصورة الثابتة أو المتحركة.
- الصوت.
- الوسائط المتعددة.

ويمكن للمصدر أن يلجأ إلى أكثر من طريقة في تقديم رسالته الإقناعية. فقد يعمد إلى التكرار. لأن التكرار يعمل على ترسيخ الفكرة، ومع ذلك لا يؤدي التكرار دائما إلى التأثير. وقد يلجأ المصدر إلى أسلوب الصراحة في التقديم، وقد يلجأ إلى أسلوب الضمنية أيضا. وقد بينا ذلك بالتفصيل قبل قليل.

مراجع الفصل

(1)Wolvin, A. (1995). On Competent listening. Listening Post. no. 54 July

(2) DeVito ،J (1989). The Interpersonal Communication Book. FifthEdition. New York:Harper and Row Publishers

(3) Pearson, J. C. and P. E. Nelson(1997) An Introduction to Human Communication. 7th ed ،Boston ،Massachusetts: McGraw Hill.

(4) بيرسون، المرجع سابق.

(5) بيرسون، المرجع سابق.

(6)Hybels ,S and Weaver ,R. (2001). Communicating Effectively. Mc Graw-Hill: Boston.

(7)Lyman K. Steil, Larry L. Barker, and Kittie W. Watson. (1983). Effective Listening: Key to Your Success. Reading ،Mass. : Addison-Wesley

(8) جيهان رشتي، (1978) الأسس العلمية لنظريات الإعلام. القاهرة: دار الفكر العربي.

(9) لايمن، مرجع سابق.

(10) الخبراء العرب للهندسة والادارة (1998)، ملف تدريبي: مهارة التعامل مع الجمهور، عمان- الأردن.

(11) محمد السيد عبد الرحمن (2004) علم النفس الاجتماعي المعاصر. دار الفكر العربي: القاهرة.

(12) Bettinghaus. E(1967(Persuasive Communication. NewYork: Holt Rinehart and Winston, ING.

(13) فلاح محروت العنزي (2001). علم النفس الاجتماعي. الطبعة الثالثة. مطابع التقنية للأوفست: الرياض.

(14) فلاح العنزي، المرجع السابق.

(15) جيهان رشتي، المرجع السابق.

(16) جيهان رشتي، المرجع السابق.

(17) فلاح العنزي، المرجع السابق.

(18) فلاح العنزي، المرجع السابق.

(19) Gamble, T., and Michael Gamble (1999) Communication works. Sixth Edition. Boston: McGraw-Hill.

(20) هايبلس و ريتشارد، مرجع سابق.

الفصل الخامس

لغة الجسد: غزارة الإيماءات وفيض الدلالات

الفصل الخامس

لغة الجسد: غزارة الإيماءات وفيض الدلالات

"هناك كلام في عينيها، في وجنتيها،
في شفتيها، بل ان قدمها تتكلم..."
"لا تتكلم... فقد فهمتك"

شكسبير

مقدمة

يرى المهتمون بالتواصل الاجتماعي بأن كلمة "لغة" لا ينبغي أن تقتصر على الجانب اللفظي وحده والمتمثل بالكلمات المنطوقة أو المكتوبة. فنحن نستطيع أن نتواصل مع بعضنا بعضاً في حالات كثيرة دون هذه الكلمات، بل بواسطة ما تبوح به أجسادنا من إيماءات وإشارات رمزية عديدة. ويطلق علماء التواصل على هذا النوع من الاتصال: الاتصال غير اللغوي أو الاتصال عبر الجسد *(Body Communication)*. ويشير هذا النوع من الاتنصال إلى كل مظاهر وأشكال التواصل التي لا تستخدم اللغة، وليست تعابير الوجه، وحركات الأيدي، والأرجل، والمظهر العام، واللباس، والوقفة، والجلسة، والعيون، والصوت، سوى بعض مظاهر هذا التواصل.

والجسد، هو الوجه التعريفي للإنسان: وجه له طرائقه الخاصة في التعبير والتواصل، وله لغته الخاصة التي تضم فيضا من الدلالات والمعاني الرمزية. وفي هذا الصدد يقول (دافيد بروتون): "دون هذا الجسد الذي يمنح للانسان حضورا ماديا، فلا وجود للإنسان، وبهذا فإن الوجود الإنساني، هو وجود جسدي"[1]. ويذهب (ميشيل فوكو) في كتابه "كلمات وأشياء" بالاتجاه نفسه ليؤكد على أهمية البعد الثقافي والاجتماعي في فهم الوجه التعريفي للجسد: "الجسد كان دائما، ولا يزال واجهة

تسمها مختلف التحولات الاجتماعية، وصحيفة ينعكس عليها نمط علاقة الأفراد فيما بينهم، ورؤيتهم للعالم والأشياء...[2].

واستنادا إلى هذه الأهمية التي يمثلها الجسد كان لزاما علينا أن نخصص له فصلا خاصا يهتم بتحليل الدلالات الرمزية لتواصلنا اليومي من خلاله. فقد بينت نتائج العديد من الدراسات المكانة الخاصة للتواصل الاجتماعي من خلال الجسد في حياة الأفراد في المجتمعات كافة وفي شتى المناسبات والمواقف الاجتماعية.

أهمية الجسد في التواصل الاجتماعي

الاتصال بالجسد وسيلة تواصل قويه ومؤثرة، تفيض بالدلالات والمعاني الرمزية المعبرة عن المشاعر والأفكار التى لا تستطيع الكلمات التعبير عنها بدقه. ويستخدم علماء النفس الاجتماعي مفهوم الاتصال عبر الجسد ليشيروا إلى عملية توظيف الجسد وكل ما يصدر عنه من حركات وإيماءات في عملية التواصل مع الآخرين. وهو من هذا المنطلق له لغة قائمة بحد ذاتها، ولها نماذجها المستقلة عن لغة اللسان وإن ترافقت معها في كثير من الأحيان.

وتؤكد الدراسات التي أجريت على هذا النوع من التواصل غير اللفظي مدى أهميته في المجالات المختلفة في الحياة. فقد توصلت نتائج دراسة قام بها الباحث تموثي هيجستروم (T. Hegstrom) في أواخر السبعينيات حول أهمية التواصل مع الآخر عبر الجسد إلى أن تأثير هذا النوع من التواصل يفوق بكثير التأثير الذي يحدثه الاتصال اللغوي[3]. وفي دراسة أخرى حول الموضوع نفسه، قام بها عالم النفس ألبرت مهربيان (E. Mehrabian) تبين له أن اللغة لا تؤثر فينا أكثر من (7٪) فقط، وما ماتبقى، أي (93٪) من التأثير إنما يتم عن طريق الجسد[4] ويوضح مهربيان التأثير الكلي للاتصال على المتلقي بالصيغة الآتية:

- (55٪) من تأثير التواصل يتم عن طريق تعابير الوجه(Facial Expression)، والوقفة Posture) و(الإيماءات (Gestures).

- (38٪) يتم عن طريق نبرة الصوت (Tone of voice).

- (7 ٪) من التأثير يتم عن طريق اللغة.

صحيح أن هذا النوع من التواصل هو في كثير من الحالات يكمل الاتصال اللغوي ومع ذلك فهو يمنحه قدرا عاليا من الغنى في التعبير قد تعجز عنه اللغة في كثير من المواقف الإنسانية، وبخاصة في المجال العاطفي والمشاعري. تأمل في قول الشاعر أحمد رامي في قصيدته "يا جارة الوادي":

- وتعطلت لغة الكلام وخاطبت عيني في لغة الهوى عيناك

وتأمل في شكوى المفكر الفرنسي (لامارتين) لصديقته عن عجز لغته في توصيل مشاعره العميقة التي تمور في أعماقه لها: "أن كلماتي من ثلج فكيف تحوي بداخلها النيران؟؟". إن تأملك في هذين القولين وغيرهما الكثير من الأقوال ستوصلك إلى نتيجة مفادها أن لغة الجسد تتمتع بقدرة فائقة في توصيل مشاعرنا وأحاسيسنا إلى الآخرين، سواء الإيجابية أو السلبية، لا تضاهيها فيها لغة الكلام.

وفي الواقع، فإن العلاقة بين الاتصال اللغوي والاتصال بالجسد هي علاقة قوية، كلاهما يريد توصيل أفكارنا ومشاعرنا للآخرين. وفي مواقف اتصالية عديدة يكون الفصل بين الرسائل اللفظية وغير اللفظية أمرا صعبا. فالكثير من مضامين الرسائل اللفظية يتم نقلها وإدراكها من خلال الرموز غير اللفظية في السياق الاتصالي وفي حالات كثيرة أيضاً قد يصعب فهم الرسائل اللفظية وإدراكها إلا من خلال الدلالات غير اللفظية المصاحبة لها في الحدث أو الموقف الاتصالي.

وظائف الجسد في التواصل

إن جزءا كبيرا من تواصلنا مع الآخرين في الحياة اليومية وفي المجالات المختلفة يعتمد على أجسادنا. ففي كل يوم نتعامل مع عدد لا يحصى من المواقف الاتصالية التي يتواصل فيها الآخرون معنا، ونتواصل نحن معهم بتعبيرات الوجه، ونظرات

العين، والإيماءات، ونبرة الصوت، ولباسنا، ووقفتنا، وجلستنا، وطريقة مشيتنا. وليست هذه العناصر سوى فيض من غيض، تؤكد أهمية أجسادنا في نقل مشاعرنا وأحاسيسنا وأفكارنا إلى الآخرين في المواقف الاتصالية المختلفة.

وقد بدأ علماء النفس الاجتماعي البحث في عملية التواصل غير اللفظي، أي الجسدي، في سنوات مبكرة نسبيا، وذلك حين قام (تشارلز دارون) بعمله المشهور، وهو "التعبير عن العواطف في الإنسان والحيوان" في عام 1872.

ومنذ ذلك الوقت، بدأت البحوث في هذا المجال لمعرفة أنواع هذا الاتصال وتأثيراته علينا، ومعرفة لماذا يقوم الإنسان بهذه السلوكات رغم أنه غير واع بها. وقد توصل الباحثون في هذا المجال إلى نتائج عديدة تزخر بالدلالات والمعاني الرمزية التي تصدر عن أجسادنا بشكل غير مقصود في كثير من الحالات.

وفي هذا الصدد يرى الباحث (ناب) *"Knapp"* بأن التواصل عبر الجسد يمكن أن يقوم بالوظائف الآتية في عملية التواصل الاجتماعي(5)

1- التكرار (To Repeat)/restate): يؤدي الاتصال غير اللفظي في معظم الأحيان دور التأكيد على ما قالته الرسالة اللفظية أو إبراز جانب مهم منها والعمل على تكراره (كطأطأة الرأس إلى الامام والخلف في حركة هادئة لترديد كلمة نعم).

2- التكميل (To complement): تقوم حركات اليد للأعلى أو إلى الأسفل أو الإشارة بالأصبع أو بالأصابع في شكل ما بإكمال الرسالة اللفظية لكلمة ما وتتميم معناها.

3- الإبدال (To Substitute): وهنا يحل الاتصال غير اللفظي محل الاتصال اللفظي. فتعابير وجوهنا أو عيوننا تقول ما نريد دون أن نستخدم الكلمات في التعبير عن ذلك.

4- التناقض (To Contradict): قد تتنافر أو تتناقص أو تتعارض الرسائل غير

اللفظية مع الرسائل اللفظية. بمعنى آخر قد تكون الدلالة الصادرة عن الرسالة الجسدية تتناقض مع مضمون الرسالة اللفظية في الموقف الاتصالي.

5- التوكيد (Accent) نحن نستخدم وجوهنا وأصواتنا وحركات أعيننا لنؤكد للآخرين بعض الأشياء المهمة في قولنا، كأن يقول المعلم، مثلا، للتلاميذ بنبرة حاسمة أنه لن يقبل أي تأخير في تسليم بحوثهم بعد التاريخ المحدد للتسليم. أو لن يقبل أبدا التأخير عن موعد المحاضرة

6- التنظيم (To Regulate): تقوم الرسائل الجسدية في تنظيم تفاعلنا وسير محادثتنا مع الآخرين بشكل فاعل.

خصائص التواصل من خلال الجسد

1- الاتصال عبر الجسد محدد ثقافيا:

يعتقد الكثير من الناس بأن التواصل عبر الجسد ذو طابع عالمي، أي أنه متوافق عليه في الثقافات جميعها. غير أن هذا الإعتقاد غير دقيق. صحيح بأن هناك بعض الإيماءات والتعابير، وبخاصة تعابير الوجه، تأخذ طابعا عالميا إلى حد ما، غير أن لغة الاتصال غير اللفظي تبقى في مجملها لغة تحددها ثقافة المجتمع. فكل ثقافة تفسر هذه اللغة بطرق مختلفة. فمثلما نتعلم لغة ثقافة ما فإننا نتعلم أساليب التواصل عبر أجسادنا فيها أيضا. فالاتصال عبر الجسد وإيماءاته المختلفة يعكس ثقافة المجتمع بكل عناصرها: الأفكار والقيم والعادات والاتجاهات.

وهكذا، إذا، فإن كثيرا من سلوكاتنا الجسدية تمليها علينا ثقافة المجتمع الذي نعيش فيه؛ حيث تحدد لنا معايير تلك الثقافة السلوك المقبول وغير المقبول اجتماعيا، وهي بهذا مثلها مثل باقي السلوكات الأخرى التي نتعلمها من خلال وسائط التنشئة الاجتماعية المختلفة. فأهلنا يعلموننا السلوكات الجسدية المقبولة ونكتسب عبر عملية طويلة من التعلم دلالات هذه السلوكات ومعانيها الرمزية. لذا قد نجد أن إيماءة ما في

ثقافة ما لا تعني الشيء نفسه في ثقافة أخرى. فعلى سبيل المثال حين يلتقي عربي بآخر لأول مرة يحييه بالسلام ويصافحه، وقد يقبله، وفي كثير من الحالات تتم المصافحة بالأنوف كما في مجتمعات الخليج العربي. وأما في الثقافة الغربية فلا يأخذ اللقاء هذه الحركات. فعلى سبيل المثال تتم التحية في المجتمع الأمريكي بالتواصل بالعين (Eye Contact) حين يلتقي أحدهم بالآخر للمرة الأولى. وفي ثقافة سكان جزيرة ميكرونيزيا، أحد الجزر في المحيط الهادئ، فالناس هناك لا يحييون بعضهم لا بالكلام ولا بالمصافحة بل برفع حواجبهم أو هز رؤوسهم[6] وهذا يعني أن الثقافة هي التي تعطي للسلوكات غير اللفظية معانيها؛ انظر مثلا ماذا يعني أن يجلس أحدهم أمامك في الثقافة العربية ويمد رجله بحذائه أمام وجهك. إنها تعني عدم الاحترام، وقلة الأدب، والتحقير، وفي حالات كثيرة تعني التحدي. لكن هذه الحركة نفسها لا تعني شيئا، على سبيل المثال في المجتمع البريطاني وكثيرا غيره من المجتمعات الغربية.

2- تعارض الرسالة اللفظية مع الرسالة الجسدية:

تتعارض في كثير من الأحيان الرسائل اللفظية مع غير اللفظية، وقد تتناقض معها في أحيان أخرى. وعندما يحدث هذا، فالمتلقي هو الذي يقرر أن يختار بين ثقته بما يقوله المتحدث (الاتصال اللغوي) وبين ثقته بما توحي به الرسالة غير اللفظية (الجسد). وتؤكد الدراسات أنه في مثل هذه الحالات يفوق تأثيرالاتصال بالجسد تأثير لغة الكلام، وبخاصة في ذلك النوع من الرسائل التي تحمل مضامين مختلفة لشيء واحد (Double –bind message)[7].

فعلى سبيل المثال حين ترسل قنوات المتكلم اللفظية وغير اللفظية رسائل متناقضة المضمون فإننا نصدق مضمون الرسالة غير اللفظية، ولا نأخذ بمضمون الرسالة الأخرى: فقد تطلب من سائق التاكسي أن ينحرف بك نحو الجهة اليمين من الشارع باتجاه بيتك ولكن يدك تشير إلى الجهة اليسرى. في هذه الحالة سيأخذ السائق بما قالت له إشارة يدك وليس ما قاله اللسان.

وتأمل في الموقف الآتي: ذهب أحد الطلبة إلى مكتب المحاضر الذي يدرسهم مادة اللغة العربية مستفسرا عن أسباب تدني علامته في الإمتحان الأخير. وقد تشجع الطالب في الذهاب إلى المكتب بعد أن أكد لهم المحاضر، بصوت هادئ ورصين يوحي بالثقة بالنفس واحترام للطلبة، بأنه لا يمانع أبدا من المراجعة إذا ما شعر أحدهم بأن علامته غير متوقعة. ولكن ما أن وصل هذا الطالب إلى المكتب كان المحاضر قد أنهى مكالمة للتو مع ميكانيكي السيارات، إذ أبلغه بأنه يتوجب عليه دفع مبلغ 500 دينار أردني بدلا عن قطع الغيار للسيارة. فجُنَّ جنونه، وثارت عصبيته لأنه لم يكن يتوقع أبدا هذا المبلغ. وفي هذه اللحظة دخل عليه الطالب، فوجده محتدا ومنفعلا ويقف وقفة المستعد للعراك. فحار الطالب ماذا يفعل: هل يتصرف في ضوء ما سمعه من المحاضر قبل دقائق، أي الاتصال اللغوي؟ أم يصدق حركات جسمه وتعابير وجهه، ووقفته؟؟ تؤكد الدراسات جميعها في هذه الحالة بأن الطالب سيأخذ رسالة الاتصال الجسدي ويتعامل معها، وذلك كما في حالة سائق التاكسي السابقة.

وهكذا يتبين أن ثقتنا برسائل الاتصال غير اللفظي والأخذ بها أكثر احتمالية من أخذنا بمحتوى الرسالة اللغوية في حالة تعارض هاتين الرسالتين. وتأمل في المثال الآتي الذي يعكس بوضوح صدق الرسالة غير اللفظية على الرسالة اللفظية في حالة تعارضهما: يعود رجل إلى البيت في وقت متأخر، فيسمع أصواتا عديدة تأتي من المطبخ: أصوات الأواني والمقالي وابواب الخزانة. فيدخل إلى المطبخ، فيجد زوجته محتدة وغاضبة بسبب تأخره بالسهر، ولكنها لا تقول له ذلك، فيسألها: "ما الذي يحدث في هذا الوقت المتأخر من الليل، هل هناك شيء ما؟ فتجيب الزوجة وهي تنظر إلى سقف المطبخ، وتغلق باب الثلاجة بعصبية: "لا شيء!" إنها لم تتحدث بأية كلمة سوى "لا شيء"، لكنها قالت بهذه الحركات كل شيء ينم عن احتجاجها ورفضها لسلوكه. ففهم تماما ما تقصده زوجته، واعتذر لها عن التأخير.

3- رسائل الجسد في الأغلب هي رسائل يكون صاحبها غير واع بها:

كثيرا ما نعبر عن مشاعرنا وأحاسيسنا وحالتنا الصحية دون أن نعلم وذلك في

مشيتنا أو جلستنا أو وقفتنا أو حركة رؤوسنا أو عيوننـا. فكـثيرا مـا نسـمع مـن أحـد معارفنا بأننا غير مرتاحين، ونستغرب منه كيف عرف بذلك. لقد بدا علينا ذلـك دون أن يكون لنا سيطرة على إخفاء الأمر. فللإنسان قـدرة فائقـة علـى الـتحكم بـالكلام وضبطه واختيار المناسب منه لينقله للآخرين، ولكنه لا يتمتع بالقدرة نفسـها للـتحكم بحركات جسده. فهي تلقائية وطبيعية مما يجعلنا نصدقه أكثر من اللغة.

4- رسائل الجسد تعكس اتجاهات الفرد ومشاعره:

وهذه الخاصية قريبة وشبيهة بالخاصية السابقة. فمن جهة، نحن لا نقدر أن نخفي مشاعرنا وأحاسيسنا واتجاهاتنا نحو الآخـر، ومـن جهـة أخـرى لا نسـتطيع أن نخفـي مشاعر الفرح أو السعادة أو الحزن أو الإحباط الذي نعيشه. كل هذه المشـاعر بشـكل واضح على وجوهنا وفي عيوننا وحركات أجسادنا.

عناصر الاتصال من خلال الجسد

تعدُّ حركات الجسد، في الحقيقة، مخزنا كبيرا يفيض بالمعلومات التى نستنبط منها الكثير من المعاني والأفكار عن شخصية الآخرين، ونعكـس مـن خلالهـا الكـثير عـن شخصياتنا نحن أيضا. ومن أهم عناصر التواصل من خلال الجسد ما يلي:

1- ما وراء اللغة

تنقل اللغة معاني الكلمات إلى الآخرين. غير إن الطريقـة الـتي تنقـل بهـا هـذه الكلمات لهم هي التي تترك تأثيراتها عليهم أكثر من الكلمات التي سمعوها. فالمهم في التواصل اللغوي ليس ما نقوله للآخرين بقدر ما تكون الطريقة الـتي نقولهـا بهـا، أي المعاني والدلالات الكامنة وراء اللغة[8]. بمعنى آخـر إن للغـة معنـى مسـتتر وكـامن، يمكن أن نطلق عليـه" مـا وراء اللغـة (Paralanguage)؛ حيـث يشـير هـذا المفهـوم في الاتصال إلى ذلك المعنى المصاحب للغة، كأن يقـول أب لابنـه: "مـن الأفضـل لـك أن تستمع إلى كلام أمك بخصوص تحضيرك لواجباتك المدرسية". إن المعنـى الـذي تحملـه

هذه الكلمات هو الدراسة. ولكن الابن يفهم ما وراء هذه اللغة، وهو العقاب إن لم يفعل، أو حرمانه من مصروفه اليومي، أو عدم اصطحابه إلى التنزه.

وفي الحقيقة، فإن المعاني لا تكمن في مجرد الكلمات التي ينطقها الناس وحسب. فالكثير من المعاني والرسائل التي يحملها صوت المتحدث، كسرعته وارتفاعه وعمقه وحدته، ومختلف الأصوات كالضحك أو التأوه أو ما عبر منها عن الفهم أو الدهشة أو الإستنكار أو السخرية تنتمي إلى ما يسمى "ما وراء اللغة".

ونستطيع أن نستنتج أموراً كثيرة مما يسمى "ماروراء اللغة". فقد نستدل من أصوات الناس على معلومات عن حالتهم الراهنة أو خصائصهم الجسمية أو سماتهم الشخصية أو حتى مراكزهم الوظيفية. ويبدو أن الناس يتفقون في تقديراتهم حول هذا الموضوع مما يشير إلى أهمية فهم "ما وراء اللغة"، وما تحمله من دلالات ومعاني.

2- دلالات إيماءات الرأس

يستخدم معظم الأفراد في الثقافات المختلفة رؤوسهم للتعبير عن الرفض أو القبول أو الانتباه والتركيز. وهي إيماءات أو حركات يذهب بعض الباحثين إلى عدّها حركات فطرية ليست بحاجة إلى تعلم. ويدللون على ذلك بهز الطفل رأسه من جانب إلى جانب بعد انتهائه من عملية الرضاعة. ويستشهدون كذلك بنتائج البحوث التي أجريت على الأشخاص مكفوفي البصر، والصم والبكم؛ حيث تبين لهم بأن هؤلاء الأشخاص يستخدمون إيماءات رؤوسهم ليشيروا بها إلى موافقتهم أو إلى رفضهم لأمر ما من الأمور. ويذهب فريق آخر من الباحثين إلى القول بأن هذه الإيماءات أو الحركات هي أول الإيماءات التي يتعلمها الكائن البشري[9] ولهذه الإيماءات دلالاتها في التواصل الاجتماعي، وهي كما يلي:

أ- وضع الرأس المرفوع إلى أعلى: وهو الوضع الذي يتخذه صاحب الموقف الحيادي مما يسمع من الآخر أو الآخرين. وأحيانا يدعمه بإيماءة يده على خده.

ب- وضع الرأس المائل إلى أحد الجانبين: ويشيرهذا الوضع من أوضاع الرأس إلى

إبراز مدى الاهتمام الذي نوليه لحديث الآخر الذي نستمع إليه، أو يوليه الآخرون نحونا حين نكون نحن من يتحدث.

ج- وضع الرأس المنخفض: وتشير هذه الإيماءة إلى موقفنا السلبي إزاء من نستمع إليه، أو يبديه الآخرون نحونا حين نكون نحن الذين نتحدث. وكثيرا ما تعني هذه الإيماة أيضا استنكارنا ورفضنا لما نسمع، أو استنكار الآخرين لما نقول ورفضهم له. وفي حالا ت أخرى تعني بأن ما تسمع إليه قابل للاجتهاد والتأويل.

وأما في ما يتعلق بإيماءات حك الرقبة أو الأنف فإنها تشير إلى تلك الحالة من الغضب أو الإحباط الذي يشعربه الشخص الذي يقوم بها. كما تشير أيضا إلى أن الشخص الذي يمارسها أو يقوم بها يكذب علينا في امر من الأمور، أي أن روايته تنطوي على كذبة ما في محتواها. فالكذب يسبب لصاحبه إحساسا مؤلما يأخذ شكل الوخز في الأنسجة الدقيقة للرقبة أو أطراف الأعصاب الدقيقة في الأنف تدفع الفرد إلى حك رقبته، أو لمس أنفه لمسة سريعة. وفي حالات كثيرة يسبب الكذب تعرقا عند الفرد ينساب إلى العنق مما يدفع بالفرد إلى سحب قبة قميصه خاصة عندما يرتاب بأننا اكتشفنا كذبه أو الخلل في رواياته[10]. وفي حالات أخرى نجد الشخص الذي يكذب كذبة كبيرة يلجأ إلى حك عينه بقوة أو ينظر إلى جهة أخرى أو ينظر إلى الأرض ليجنبنا النظر إلى وجهه.

وأما فيما يتصل بإيماءات الفم، فإننا نجد أنه حينما يكذب الطفل يغطي أو يضرب يديه على فمه في إشارة إلى رغبته في إخفاء ما قاله لوالديه، وحينما يكذب المراهق فإنه يرفع يده إلى فمه كما يفعل الطفل، ولكن بدلاً من ضربه أو تغطيته فإنه يحك بأصابعه حول فمه بخفه، وحينما يكذب الرجل أو المرأة فإن الأصابع تلمس الفم في إشارة أكثر تعقيداً[11].

وأما في ما يتعلق بالتواصل عن طريق الحواجب فهو اتصال لا يخلو من دلالات ومعنى أيضا. فمثلا إذا رفع المرء حاجبا واحدا فإن ذلك يدل على أنك قلت له شيئا إما أنه لا يصدقه أو يراه مستحيلا، أما إذا رفع كلا الحاجبين فإن ذلك يدل على

المفاجأة والصدمة. وأما إذا قطب بين حاجبيه مع ابتسامة خفيفة فإنه يتعجب منك لكنه لا يريد أن يكذبك. وأما إذا تكرر تحريك الحواجب فإنه مبهور ومتعجب من الكلام.

ولاستخدام الأنف والأذنين في التواصل دلالاتها هي الأخرى. فإذا حك المتحدث أنفه أو مرر يديه على أذنيه ساحبا إياهما بينما يقول لك إنه يفهم ما تريده فهذا يعني أنه حائر بخصوص ما تقوله، ومن المحتمل أنه لا يعلم أبدا ما تريد منه أن يفعله. ووضع اليد أسفل الأنف فوق الشفة العليا دليل أنه يخفي عنك شيئا ويخاف أن يظهر منه.

ويستخدم الكثير من الناس جبينهم لتوصيل رسائل للآخرين لا يودون توصيلها إليهم باللغة المنطوقة. فعلى سبيل المثال إذا قطب الشخص الذي يتحدث معك جبينه وطأطأ رأسه للأرض في عبوس فإن ذلك يعني أنه حائر أو مرتبك أو أنه لا يحب سماع ما قلته له، وأما إذا قطب جبينه ورفعه إلى أعلى فإن ذلك يدل على دهشته لما سمعه منك[12].

3- دلالات إيماءات راحة اليد

ما الرسالة التي يريد إيصالها الفرد إلى الآخرين حين يلجأ إلى استخدام راحة يديه أو كفيه بأوضاع مختلفة حين يتحدث معهم؟ أي ما الذي يريد منهم أن يعرفوه عن شخصيته؟ أو ماذا نستنتج عن شخصية الآخر من خلال إيماءات راحة يده؟ هل هناك دلالات للأشكال المختلفة التي تأخذها هذه الإيماءات؟ نعم. هناك دلالات ومعان عديدة لاستخدامات راحة اليد في التواصل الاجتماعي، وهي:[13]

أ- الوضع الذي تكون فيه راحة اليد مفتوحة إلى أعلى.

ب- الوضع الذي تكون فيه راحة اليد مفتوحة ولكن بالاتجاه إلى أسفل.

ج- الوضع الذ تكون فيه راحة اليد مغلقة ولكن أصبعها يشير باتجاه الشخص الآخر.

لا شك بأن لذلك الاستخدام دلالات لا تخلو من معان حين نستخدمها في تواصلنا مع الآخرين. فماذا يقصد، على سبيل المثال، المدير أو المعلم أو الأب، الذي يستخدم، أحد الأوضاع السابقة لراحة يده حين يطلب من أحد الموظفين، أو الطلبة أو ابنه بأن يقوم بعمل ما من الأعمال؟ هل لذلك دلالات مرتبطة بالقوة والسيطرة والسلطة؟. نعم. لكل وضع من أوضاع راحة اليد الثلاثة دلالته من حيث السلطة والقوة. وذلك كما يلي:

أ- **السيطرة والسلطة والقوة:** وتكون في حالة راحة اليد المفتوحة التي تشير إلى الأسفل.

ب- **الخضوع والإذعان والطاعة:** وتكون في حالة راحة اليد المفتوحة التي تشير إلى الأعلى.

ج- العدوان والهجوم: وتأخذ شكل راحة اليد المغلقة بشكل قبضة، ولكن السبابة تشير إلى الطرف الآخر. فالسبابة هنا تصبح بمثابة مضرب رمزي يضرب به المتحدث مجازيا الآخر الذي يتحدث معه، أو مسدس رمزي يطلق منه النار على ذاك الذي يتواصل معه. ولعل هذا الاستخدام لراحة اليد من أكثر الاستخدامات أو الإيماءات التي نشاهدها في مناطق مختلفة في المجتمع العربي بشكل كبير. إنها إيماءات مثيرة ومخيفة، بل ومفزعة تحيل عملية التواصل بين الأفراد إلى عراك أو تهديد خفي بينهم. وقد يكون هذا النوع من الاتصال بمثابة العنف الرمزي الذي يدل على الكبت السياسي والاجتماعي الذي يعيشه الفرد، وعلى الضغط النفسي الذي يعاني منه في المجتمع.

4- الدلالات الرمزية للمصافحة

تعد المصافحة شكلا آخر من أشكال ممارسة القوة والسلطة الرمزية في التواصل الاجتماعي، كما أنها تعبر عن شكل من المودة والمحبة، أو النفور والفتور أيضا. إنها

قناة اتصالية فاعلة في نقل مشاعرنا المختلفة إلى الآخرين. ولكل شكل من الأشكال التي تأخذها المصافحة دلالاته الرمزية.

والمصافحة، في الحقيقة، هي طقس اجتماعي موغل في القدم، تعود بداياته الأولى إلى تلك المرحلة من حياة الإنسان حين اتخذ من الكهوف والمغاور بيتا له. فعندما كان إنسان الكهوف والمغاور يتقابل مع إنسان آخر يلتقى به، كان يرفع يديه إلى أعلى في الهواء ليدلل على أنه إنسان مسالم وغير عدائي للآخر، ولا يحمل أدوات فتاكة أو سلاحاً يهدد به حياة الآخر[14].

وقد تطورت حركات هذا الطقس الاجتماعي عبر التاريخ، فبدأ بعضها يأخذ أشكالا مختلفة وإيماءات متعددة، ومضامين عديدة، وبعضها الآخر ثبت على ما هو عليه ولم يتغير. فمثلا بقيت الأيدي المرفوعة إلى أعلى في الهواء تعني عدم حوزة صاحبها على أية أسلحة يخفيها. وهذه دلالة على ما يعنيه الشرطي حين يطلب ممن يقبض عليهم من المجرمين أو مثيري الشغب أن يرفعوا أيديهم في الهواء إلى أعلى ليتأكد من أنهم لا يحملون أي سلاح، ولا يشكلون أي تهديد.

ولكن الأشكال الحديثة لهذا الطقس أخذت أبعادا رمزية جديدة لها دلالات لم تكن بنية الإنسان البدائي. ومن هذه التجديدات المصافحة بتشابك الأيدي، ووضع راحة اليد على القلب أثناء اللقاء أو طرح التحية والسلام دون مصافحة لتدلل على المكانة الحميمة التي يتمتع بها الآخر والود الذي نكنه له، كالرجل المسلم الذي لا يصافح النساء، والنساء المسلمات اللواتي لا يصافحن الرجال؛ حيث يضع الرجل يده على قلبه، وتضع المرأة يدها على قلبها. والتلويح براحة اليد حين الوداع أو اللقاء، وهز اليدين أثناء المصافحة، والضغط على اليدين أثناء المصافحة، هي أيضا طقوس تواصلية ذات أبعاد ودلالات اجتماعية مختلفة.

ولكن ما الأشكال التي تأخذها المصافحة في الثقافات المعاصرة؟ وما دلالات كل شكل منها؟

أ- **المصافحة العدائية أو السلطوية**: إن الشخص المسيطر أو العداوني مثلا، وغالبا هو الذي يبادر بعملية المصافحة، يقوم بالضغط براحة يده إلى أسفل ليجبر راحة يد الآخر لتكون موجهة إلى أعلى. أي أن وضع راحة يد المسيطر ستكون في وضع السيطرة التي تحدثنا عنها. ويعدّ هذا النوع من المصافحة من أسوء أنواع المصافحة وأكثرها عدائية لأنها لا توفر فرصة لإنشاء علاقة متكافئة وودية بين المتصافحين.

ب- **المصافحة الودية**: وهي نوع من المصافحة يحاول الشخص الذي يبادر بها أن يعطي الطرف الآخر انطباعا بأنه شخص ودود، وموثوق به، وصادق، ونزيه، ومخلص يكن لنا الاحترام وطيب المشاعر. ويضع المصافح هنا يد الآخر بين كلتا يديه، أي المصافحة المزدوجة اليدين. ويتم نقل هذه المشاعر إما بإمساك يدنا اليسرى بساعد الآخر، وإما الإمساك بمرفقه، أو بأعلى ذراعه، أو الإمساك بكتفه.

ج- **المصافحة الفاترة الخالية من المشاعر**: وتسمى أيضا مصافحة السمكة الميتة. وهي المصافحة التي لا نرغب بها نحن كمصافحين، أو لا يرغب بها الطرف الآخر عند مصافحته لنا[15]. وتتم حين نحاول قلب راحة يد الآخر إلى أسفل، أو لا نعطيه من راحة يدنا سوى طرف أصابعها. ويسمى هذا النوع من المصافحة بمصافحة السمكة الميتة لأن راحة اليد تكون باردة كبرودة السمكة الميتة ودبقة كدبقها.

د- **مصافحة المطحنة**: وهي نوع خشن وفظ من المصافحة، يحاول فيه الطرف الآخر الضغط على مفاصل أصابع يدنا[15].

5- الدلالات الرمزية لإيماءات اليد والذراع والأرجل

تؤكد معظم الدراسات المتعلقة بدلالات إيماءات اليدين الممسكتين معا بإحكام أثناء التواصل مع الآخرين أو في المواقف الاتصالية بشكل عام بأن الأفراد إنما يلجأون إلى هذا الوضع حين يشعرون بالإحباط أو العدائية. ففي هذه الحالة يعمدون إلى

إحكام قبضتي أيديهم قبضا محكما يعكس تمسكهم بمواقفهم السلبية في ذلك الموقف الاتصالي، وذلك خلافا لما يوحي صاحب هذه الإيماءات من ثقة بالنفس وابتسامة خفيفة. ولهذه الإيماءات ثلاثة أشكال رئيسة، هي:

أ- يدان ممسكتان معا أمام الوجه.

ب- يدان ممسكتان معا تستريحان فوق المكتب

ج- يدان ممسكتان معا فوق الحضن في حالة الجلوس، أو موضوعتان أمام المنفرج (الزاوية الناشئة عن انفراج الرجلين) لدى الوقوف[16]. وقد لاحظ الباحثون في هذا الصدد وجود علاقة بين العلو الذي ترفع إليه اليدان ومدى حالة الإحباط الذي يعاني منه الشخص أو العدائية التي يكنها نحو الآخر في الموقف الاتصالي. فكلما ارتفعت اليدان الممسكتان معا بإحكام إلى أعلى كانت حالة الإحباط أو مزاج الشخص السلبي مرتفعا.

وأما في ما يتعلق بإيماءات الرجلين المتصالبتين فقد تكون إشارة إلى موقف عصبي، أو متحفظ، أو دفاعي. ومع ذلك علينا أن لا نتعجل في الحكم أو الاستنتاجات أو التعميم على حالة الشخص الذي يتخذ هذه الوضعية من أوضاع جسدة. فقد تكون هذه الإيماءة وضعا طبيعيا كجلوس الطلبة في قاعات الصفوف يستمعون إلى محاضرة، أو جلوس المستمعين في قاعة عامة يستمعون إلى محاضرة عامة. وفي هاتين الحالتين تكون هذه الوضعية مجرد عملية استرخاء. وأعني بهذا بأن هذه الوضعية من أصعب الإيماءات التي تمزج بين الموقف السلبي للشخص وبين الراحة الجسدية التي يريد أن يكون عليها. وعليه لا ينبغي أن تؤول أو تترجم خارج سياقها أو بمعزل عنه.

ولكن الأمر المؤكد هنا هو بأنه حين تقترن هذه الوضعية مع تصالب الذراعين فإن صاحب هذه الوضعية يريد إرسال رسالة لنا مفادها بأنه انسحب من الحديث أو الموقف ولا يريد متابعته أو الإهتمام به، وأما إيماءات الرجلين المتصابلتين وقوفا فهذه إشارة تدل على أن صاحبها يوجد بين جمع من الناس غير مرتاح لهم، أو لا يعرفهم.

فإذا ما رأيت أناسا في مناسبات اجتماعية يقفون هذا الوقفة فاعلم بأنهم غرباء عن بعضهم بعضا وعلاقاتهم ببعضهم غير ودية أو غير راسخة.

6- الدلالات الرمزية لتعابير الوجه

تعابير الوجه هي المسؤولة عن نسبة كبيرة من التواصل عبر الجسد. ففي الوقت الذي نجد فيه أن الاتصال عبر الجسد تحدده الثقافة، كما قلنا قبل قليل، نجد أن التواصل عن طريق تعابير الوجه يكاد يكون متشابها في جميع أنحاء العالم. فهذه التعابير هي الشكل الوحيد من أشكال التواصل غير اللفظي التي يمكن عدّها عالمية. وفي هذا الصدد يحدد الباحثون ستة تعابير عالمية للوجه: الغضب والاشمئزاز والخوف والسعادة والحزن، وفي السنوات الأخيرة، أضاف الباحثون تعبير المفاجأة. ويرى بعض الباحثين أن نظرات الازدراء والحرج قد تشكل أيضا تعبيرات عالمية.

إن تعابير الوجه هي من بين أكثر أشكال لغة الجسد تشابها ومماثلة في جميع أنحاء العالم. فالتعبير عن الخوف، والغضب، والحزن، والسعادة، الاحتقار، المفاجأة، هي واحدة، إلى حد كبير في جميع أنحاء العالم[17]. فوجوهنا كبشر تنقل خلال تفاعلنا مع الآخرين رسائل لا حصر لها من انفعالاتنا ومشاعرنا وأحاسيسنا. ولدى وجه الإنسان قدرة فائقة على التعبير عن عدد لا يحصى من المشاعر والاحاسيس دون ان يتفوه بكلمة واحدة. لذا، يولي المهتمون بدراسة الوجه من الناحية الاتصالية عناية خاصة في عملية الاتصال الاجتماعي، وبخاصة ميشيل آرجايل (M.Argyle)، وليدرز (D.Leathers) وألبرت مهربيان، وكندرا شيري (Cherry). فجميعهم، ينظرون إلى الوجه بعدّه أنسب الوسائل الاتصالية القادرة على توصيل المشاعر الإنسانية خاصة في الاتصال الثنائي. فوجوهنا تقول الكثير عما يعتري أعماقنا من مشاعر وانفعالات. لذا يعدّ الكثير من الدارسين وجوهنا بأنها "مرايا المشاعر العاكسة".

وحين نتكلم عن الوجه هنا فإننا نقصد المناطق الآتية:

أ- الجبهة.

ب- الحاجبان والعيون والجفون.

ج- المنطقة السفلى من الوجه بدءاً من قنطرة الأنف إلى الذقن.

ويعدّ الوجه بأجزائه الثلاثة أكثر أجزاء الجسم تعبيرا عن العواطف والمشاعر في نقل المعاني. ويمكن القول أن هناك على الأقل ستة أنواع من العواطف التي يمكن التعبير عنها باستخدام الوجه، وهي التعبير عن السعادة، والغضب، والدهشة والحزن، والاشمئزاز، والخوف.

العيون: نوافذ الروح

يتواصل الناس بعيونهم كما يتواصلون بألسنتهم. غير أن حديث العيون أفصح الحديثين لأنه يدور في لغة عامة لا تحتاج إلى تعلم. وإذا قالت العين قولا وقال اللسان قولا آخر فالناس ميالون إلى تصديقها أكثر من تصديق للسان. فإذا قال الشاب لخطيبته أنه يحبها حبا كبيرا ولكن لا يبدو على عينيه ذلك فإن خطيبته ستصدق عينيه وتكذب لسانه.

وتعدّ العين أفضل وسيلة تواصل من وسائل التواصل الكثيرة التي يتمتع بها الإنسان وأكثرها دقة في كشف ما يدور في أعماقه من مشاعر وأحاسيس وعواطف وأفكار، ولهذا السبب تسمى العيون "نوافذ الروح"، و"مرآة القلب".

وفي الواقع، كثيرا ما يرتبط بالعينين صفات تعبر عن شخصية صاحبها. فيقال عن عين ما بأن صاحبها ماكر، أو ذكي، أو مخادع، أو شرير، أو خبيث، أو لئيم، أو طيب، أو مسالم، إلى غير ذلك من الصفات التي نخلعها على صاحب تلك العين التي نرى فيها تلك الصفات.

ونظرا لأهمية العين في التواصل الاجتماعي سنقوم بتزويدك بتفاصيل دلالات حركتها لعل ذلك يساعدك في تحكمك بحركاتها أثناء التواصل مع الآخرين من جهة، وليكون واضحا لديك دلالات حركة عيون الآخرين من جهة أخرى:

- إذا اتسع إنسان عين (البؤبؤ) من تتحدث معه (أي البؤبؤ) فهذا دليل على أنه سمع منك شيئا أسعده وأفرحه.
- إذا ضاق إنسان عين من تتحدث معه فقد يعني ذلك بأنه يشك في حديثك معه ولا يصدق ما يسمعه منك أو إنه سمع منك شيئا أغضبه
- إذا اتجه إنسان عين من يتحدث معك إلى أعلى جهة اليمين فمعنى ذلك بأنه ينشئ صورة خيالية مستقبلية في ذهنه لما يسمع.
- إذا اتجه إنسان عين من يتحدث معك إلى أعلى اليسار فإنه يتذكر شيئا من الماضي له علاقة بالواقع الذي هو فيه.
- إذا نظر من يتحدث معك إلى أسفل فإنه يتحدث مع أحاسيسه وذاته حديثا خاصا ويشاور نفسه في موضوع ما[18].
- الترميش: من الطبيعي أن ترمش عيوننا، ولكن يجب أيضا أن نولي اهتماما إذا كان للشخص الذي يرمش أكثر من اللازم أو أقل من اللازم. فالناس في كثير من الأحيان يرمشون بسرعة أكبر عندما يشعرون بالأسى أو عدم الارتياح. وإذا ما تم التحكم فيها أكثر من اللازم فتعني أن الشخص يحاول عمدا السيطرة على من يتواصل معه.

دلالات إيماءات التحديق

يبدأ التواصل الحقيقي بيننا وبين الآخر عندما يتم النظر إلى عينه بشكل مباشر، أي عين لعين. فالتحديق عينا بعين له دلالات ومعان عديدة في عملية التواصل

الاجتماعي، قد تحدد النتائج المترتبة عن هذه العملية. فكثيرا ما ننزعج من بعض الناس أو نرتاح لبعضهم من خلال عملية التحديق، ذلك لأن عيون بعض الناس تجعلنا نشعر بالراحة والاسترخاء والفرح حين يتحدثون معنا أو نتحدث معهم، كما تجعلنا عيون بعضهم نشعر بالانقباض والانزعاج. وقد تشعرنا عيون بعض الناس بأنهم أشخاص جديرون باحترامنا وثقتنا بهم، أو أنهم عكس ذلك تماما. ومن هنا يكتسب التحديق دلالاته ومعانيه في العملية الاتصالية.

ويرتبط التحديق بطول المدة التي ينظر فيها الآخرون إلينا أو يشغلون نظرتنا المحدقة وهم يتحدثون إلينا. فمثلا عندما يكذب الشخص أو يحاول إخفاء أمر ما تقل عملية التقاء عينيه مع محدثيه إلى ثلث مدة الحديث أو اللقاء. والعكس صحيح. فعندما تلتقي العينان لأكثر من ثلثي المدة فان ذلك يعني أحد أمرين: إما أن الآخر وجدنا مثيرين للاهتمام والاعجاب والتقدير ويقترن ذلك مع اتساع إنسان عينيه، وإما أن هذا الشخص هو شخص عدائي نحونا، يبدي تحدياً صامتاً لنا وعندها يقترن هذا العداء أو الضيق بضيق إنسان عينيه[19]. إن طول نظرة التحديق ليست هي وحدها، في الواقع، ذات الدلالات والمعاني المهمة في عملية التواصل. بل من المهم أيضا تحديد ذاك الجزء الذي نحدق فيه من وجه الآخر، أو يحدق فيه الآخر من وجوهنا. فلهذا الجزء دلالة كبيرة وواضحة يترجمها المتلقي أو نترجمها نحن بدقة.

فإن طول مدة التحديق، والجزء الذي نحدق فيه هو شأن ثقافي واجتماعي تتفاوت فيه الثقافات والمجتمعات. فعلى سبيل المثال، كما يقول (آلن بتز)، إن الأوربيين الجنوبيين لديهم تردد تحديق مرتفع قد يكون مهينا بالنسبة إلى الآخرين، والنظرة المحدقة اليابانية هي بالعنق بدلا من الوجه أثناء الحديث. لذا يتوجب دوما أخذ الظروف الثقافية بعين الإعتبار قبل القفز إلى الاستنتاجات في حالة التحديق، لأن لغة الجسد، كما قلنا، محددة ثقافيا[20].

ويأخذ التحديق أشكالا عديدة أهمها:

أ- **التحديق العملي**: عندما تشارك في حوار ما وبخاصة أثناء العمل، فعليك أن تتخيل وجود مثلث على جبين الشخص الآخر والمحافظة على توجيه نظراتك إلى تلك المنطقة من وجهه. إن هذا الشكل من التحديق سيولد بينك وبينه جوا من الجدية، ويعطيه كذلك انطباعا إيجابيا بمدى مساهمتك ومشاركتك بالحوار الدائر بينك وبينه. وأما إن سقطت نظراتك المحدقة إلى ما دون مستوى عين هذا الآخر فسينشأ جو آخر من أجواء العلاقات بينك وبينه يسمى الجو الاجتماعي. ما المقصود بهذا الجو؟

ب- **التحديق الاجتماعي**: ويسود هذا النوع من التحديق في الأجواء الاتصالية المختلفة غير العملية. وهذه المنسبات كثيرة للغاية. وتنزل النظرات في هذا النوع من التحديق إلى مستوى ما دون عيني الشخص المقابل. لتتركز على مساحة مثلثة من وجه الشخص المقابل وهذه المرة تكون زوايا المثلث هي العينين والفم.

ج- **التحديق الحميمي**: يتركز النظر في هذه الحالة على العينين نزولاً الى الذقن والأجزاء التي تحتها. وإذا كان الناظر بعيداً عن المقابل فإن المساحة ستتسع لتصل إلى أسفل البطن. ويستعمل الرجال والنساء هذه النظرات لإظهار اهتمامهم بالمقابل ويرد المقابل بالنظرات نفسها اذا كان مهتماً أيضاً.

د- **التحديق الجانبي**: تستعمل النظرات الجانبية لإظهار مدى الاهتمام أو مدى العدائية. فإذا كانت هذه النظرات مقترنة بارتفاع بسيط لحواجب الفرد، أو ابتسامة خفيفة فهذه إيماءة ذات دلالالة على مدى الاهتمام بالآخر والود الذي نكنه له. وتعرف هذه الإيماءة أيضا بإيماءة الغزل والتودد. وأما إذا اقترنت هذه النظرات بانكماش الحاجبين واتجاههما إلى أسفل، أو تبرم الشفتين فهذه أشارة إلى العدائية أو الشك أو الموقف الحرج.

هـ- إغماض العينين: إن أكثر الناس إثارة لمشاعرنا ونحن نتواصل أو نتحادث معهم هم أولئك الذين يعمدون إلى إغماض أعينهم عندما يتحدثون. وهذه الإيماءة، في جوهرها، هي محاولة من الشخص إخفاء الملل أو عدم الاهتمام الذي يشعر به اتجاه ما يسمعه منا، أو لشعوره بأنه أعلى مرتبة أو مكانة منا. وبالمقارنة مع معدل إغلاق العين الطبيعية بالدقيقة فإن الشخص يغلق جفنيه لمدة ثانيه أو أكثر مما يعني انه تغيب عن الانتباه. وإذا ما ترافق ذلك مع إمالة الرأس إلى الخلف فهذا دلالة على مدى شعوره بالتفوق علينا، أو استيائه منا[21].

اهمية العين في التواصل:

لما كانت منطقة العينين مصدرا مهمّا لرسائل الاتصال الجسدي فقد قام المهتمون بهذا النوع من الاتصال بدراسات عديدة على أهميتها ،أوصلتهم إلى النتائج الآتية:

1. يستخدم الأفراد البصر والتركيز على العينين في الرغبة في الحصول على استرجاع المعلومات ومعرفة ردود الفعل لدى الآخرين، وكذلك للإعراب عن الاهتمام واستمرارية التواصل بين الطرفين والرغبة في المشاركة.
2. تزداد درجة تركيز العينين بين طرفي الاتصال كلما كانت المسافة بينهما أكثر.
3. يستخدم تركيز العينين وسيلة لإثارة القلق في الطرف الآخر.
4. يقل استخدام البصر وتركيز العينين في حالة الرغبة في إخفاء المشاعر الداخلية، وعندما تكون المسافة بين طرفي الاتصال قصيرة، وعندما يكون بينهما تنافس شديد، وتسود علاقاتها درجة من الفتور، وفي حالة عدم الرغبة في تنمية روابط اجتماعي.

وظائف التجنب البصري:

أن تنظر في اتجاه شخص بعينه له أكثر من مغزى وأن تشيح بنظرك عن شخص بعينه فهذا له أيضاً أكثر من مغزى:

1- المحافظة على توازن النظر والإشاحة: لا ينظر المرسل والمستقبل إلى بعضهما بعضاً عادة طوال فترة التواصل دون انقطاع، فكأن هناك فواصل راحة لا بد منها. وتتفاوت مدة التواصل وفقاً لاعتبارات مختلفة.

2- تخفيف الحرج: يصعب على شخص مذنب أن ينظر مباشرة إلى عيني شخص له علاقة بهذا الحرج. فالطالب الذي ضبط وهو يغش أو الابن الذي كذب على والده أو الموظف الذي أهمل في أداء واجبه يصعب عليهم النظر في وجه المدرس أو الأب أو المدير. إن هذه الإشاحة تعبير عن الاعتراف بالذنب والندم لاقترافه.

3- التعبير عن اللامبالاة وعدم الاهتمام: إذا لم أكن مهتماً بشيء أو شخص فإني لا انظر إليه وإذا كنت مهتماً به ولا أريد إظهار هذا الاهتمام فإنني أشيح ببصري أيضاً.

4- التعبير عن الغضب[22].

التعبير الأمثل بالعيون:

إذا أردت إيصال مرادك بعينيك فاحرص على الأمور الآتية:

1- أن تكون عيناك مرتاحتين أثناء الكلام مما يشعر الآخر بالاطمئنان إليك والثقة بسلامة موقفك وصحة أفكارك.

2- تحدث ورأسك مرتفع إلى أعلى حين تتواصل مع الآخرين، لأن طأطأة الرأس أثناء الحديث يشعر بالضعف والهزيمة.

3- لا تنظر بعيداً عن المتحدث أو تثبت نظرك في السماء أو الأرض أثناء الحديث لأن ذلك يشعره باللامبالاة في الحديث.

4- لا تطل التحديق بشكل محرج بمن تتحدث معهم.

5- احذر من كثرة الرمش بعينك أثناء الحديث لأن هذا يشعره بالقلق والاضطراب.

- الضبط: كأن نحث على سلوك ما أو نوقف سلوك آخر واللمس بهذا المعنى يوحي بالسلطة.

- الطقوس: ويركز هذا المعنى على تحيات الإستقبال أو التوديع[23].

8- الدلالات الرمزية للصمت

الصمت أداة تواصل اجتماعي فاعلة ومؤثرة، لا تقل أهميتها وتأثيرها عن أهمية عناصر التواصل غير اللفظي الأخرى وتأثيراتها. فقد يكون الصمت في بعض المواقف أكثر بلاغة ودلالة من الكلام في توصيل رسائلنا التي تحمل مدى رضانا أو رفضنا أو احتجاجنا على أمر ما من الأمور أو موقف ما من المواقف.

ويؤدي الصمت، بعدّه وسيلة تواصل اجتماعي، وظائف عديدة، أهمها:

1. إتاحة الوقت للتفكير وتهيئة المرسل للإرسال والمتلقي للاستماع.
2. إظهار اللامبالاة.
3. استجابة للقلق أو الخجل أو التهديد.
4. توصيل المشاعر.
5. تفادي التواصل لمنع نتائج سلبية.

9- الدلالات الرمزية للألوان

ترتبط المشاعر في حياتنا العادية ارتباطا مباشرا بالألوان؛ إذ تشكل الألوان أحاسيسنا، وتؤثر على مشاعرنا وعلى حالتنا النفسية. فقد اكتشف العديد من الباحثين في علم نفس التواصل وجود علاقة قوية بين الحالات النفسية التي يمر بها بعض الأفراد والألوان التي يرتدونها أو يرونها. فالحزن، على سبيل المثال، مرتبط

باللون الأسود، والفرح مرتبط باللون الوردي، والبهجة باللون الأصفر، والطهارة باللون الأبيض. فكثيرا ما نسمع من أقوال في الثقافة العربية: يومك أبيض توقعاً بالخير، ويومك أسود دلالة على الشر والشؤم.

ومع أن العلاقة بين المشاعر وبقية الألوان غير واضحة ومحددة بشكل دقيق في الثقافات المختلفة، غير أن الناس يعتقدون بوجود مثل هذه العلاقة. ففي الثقافة الصينية، مثلا، نجد أن اللون الأحمر يستخدم للاحتفالات والمناسبات الفرحة، ويدل على النجاح. بينما يعبر اللون نفسه عند بعض القبائل من الهنود الحمر عن الهزيمة، ويعبر عن الرجولة (الذكورة) في بريطانيا وفرنسا، وعن الغضب والخطر في اليابان، وعلى الموت عند العديد من الأقطار الإفريقية.

وأما في الثقافة العربية فيرتبط اللون الأحمر بالجاذبية وتهييج الأعصاب، والإثارة، والشهوة واللذة والجنس، وفي حالات عديدة نربط بينه وبين الغضب، فنقول مثلا: احمرت عينا فلان للدلالة على أنه غضب واعتزم الشر.

وأما اللون الأخضر فدلالاته التواصلة مختلفة أيضا بين الثقافات. فهو في الولايات المتحدة، على سبيل المثال، يشير إلى الحسد. وفي اليابان فيشير إلى الطاقة والحيوية والشباب، وفي ايرلندا فيرمز إلى الوطنية وحب الوطن.

وأما اللون الاخضر في الثقافة العربية فهو لون له قدسيته، لأنه لباس أهل الجنة. كما أنه يدل أيضا على التفاؤل والسعادة والنضج والقوة والعطاء.

وأما اللون الأصفر، فهو لون يدل على الثراء والغنى والسلطة في الصين، وعلى الحذر والاحتراس في الولايات المتحدة؛ في حين أن يدل على الأنوثة في معظم بلدان العالم.

وأما في الثقافة الإسلامية، فيدل اللون الأصفر على البهجة والسرور، لأن الصفرة، في القرآن الكريم، هي أبهج الألوان إلى النفس. فقد ورد في القرآن الكريم في صورة البقرة: "بقرة صفراء فاقع لونها تسر الناظرين". كما يشير اللون الأصفر كذلك إلى النضج والعطاء والقوة. إن الأشخاص الذين يفضلون هذا اللون ويرتدونه أكثر من غيره من الألوان الأخرى فهم أشخاص يتمتعون بنفسية مرحة وفرحة وسعيدة ويحبون النكتة، ويبتسمون دائما.

وأما اللون الأزرق، فيرتبط في العديد من الثقافات الآسيوية والإفريقية بالفرح والسرور والصفاء[24]. فهو في أوروبا، مثلا، يشير إلى الصفاء والهدوء والاتزان، وفي غانا الإفريقية فيشير إلى الفرح والسرور، ويشير في إيران إلى السلبية.

وأما في الثقافة الإسلامية فاللون الأزرق لون غير محبذ لباسه. فقد ورد في القرآن الكريم باعتباره لونا يشير إلى شدة الخوف والهلع: يقول الله تعالى:
﴿ يَوْمَ يُنفَخُ فِي ٱلصُّورِۚ وَنَحْشُرُ ٱلْمُجْرِمِينَ يَوْمَئِذٍ زُرْقًا ﴿١٠٢﴾ يَتَخَٰفَتُونَ بَيْنَهُمْ إِن لَّبِثْتُمْ إِلَّا عَشْرًا ﴾
(طه، الآية: 102–103).

واما دلالات اللون الأبيض فهي الأخرى مختلفة بين المجتمعات. فهو لون يدل على الموت والحداد في اليابان وبعض الدول الآسيوية، وعلى الطهارة في تايلاند، وعلى المرح والإيمان والفلاح والطهارة والسلم في الإسلام.

وهناك مؤشرات تدل على أن الألوان تؤثر علينا فسيولوجياً فحركات التنفس تزداد في وجود اللون الأحمر، وتتناقص في وجود اللون الأزرق، كما يكثر رمش العين عندما تتعرض للون الأحمر، ويتناقص عندما تتعرض للون الأزرق. لقد كشفت إحدى الدراسات عن حدوث انخفاض في ضغط الدم وتحسن في الأداء الأكاديمي بعد تغيير جدران إحدى المدارس من البرتقالي والأبيض إلى الأزرق. وتؤثر الألوان أيضاً في

إدراكاتنا وفي سلوكاتنا[25]. وهذا هو الذي يدفع مصممو الإعلانات إلى استخدام الألوان المختلفة بهدف إقناع الناس والتأثير عليهم نفسيا في شراء المنتج الذي يروجون له (الاعلانات)[26].

10- دلالات المظهر العام واللباس

يعدّ مظهر الإنسان ولباسه من أهم وسائل الاتصال غير اللفظي؛ حيث يقول مظهرنا ومظهر الآخرين أشياء كثيرة عنا وعنهم، دون أن نقول شيئا عن أنفسنا أو يقولون شيئا عن أنفسهم. ولعل الانطباعات الأولية التي يكونها الآخرون عنا، أو نكونها عنهم، بصرف النظر عن صحتها أو عدم صحتها، هي أهم ما في هذا النوع من التواصل. واللباس (clothing) هو إحدى الوسائل التي تعطي الآخرين انطباعاً أولياً محدداً عمن يلبسه. فلباس الإنسان يعبر عن نفسية صاحبه وحالته المزاجية والمشاعرية، وقيمه، واعتقاداته، واتجاهاته، ومشاعره، فضلا بإنه يدل في كثير من الحالات عن انتماءات الفرد الثقافية والطبقية والعرقية. فأنت تعرف رجل الشرطي من لباسه، والشاب الخليجي من لباسه، والسوداني من لباسه، وكذلك الرجل الذي ينتمي إلى طائفة السيخ الهندية من لباسه. وهكذا يساعدنا اللباس والمظهر العام الذي يظهر عليه الإنسان في تكوين أحكام عامة تتعلق بإثنيتهم وعرقهم، والطائفة الدينية التي ينتمون إليها، واتجاهاتهم الفكرية، والطبقة الاجتماعية التي ينتمون إليها، ومكانتهم الاجتماعية أيضا.

ومن الممكن أن يستنتج الناس بعض صفاتك من ملابسك سواء أكانت استنتاجاتهم صحيحة أم خاطئة. وتؤثر ملابسك أيضا في الطريقة التي يفكر بها الناس عنك ويستجيبون لك. وهذا هو السبب الذي جعل الخبراء في مجال الاتصال ينصحون بضرورة ارتداء اللباس المناسب لإجراء مقابلات مع أصحاب العمل المحتملين.

وفي الحقيقة فإن للملبس وتناسق ألوانه وقصات الشعر والعطور وغيرها تعد من العوامل القوية التي تؤثر في عملية التواصل عبر الجسد وإيصال رسائلنا إلى الآخرين في المواقف والمناسبات المختلفة.

11- دلالات الحيز المكاني: التداني- التباعد بين الأفراد

تشكّل دراسة المسافة أو الحيز الذي يفصل بين أجسادنا واجساد الآخرين الذين نتواصل معهم بعدا مهمًا في علم لغة الجسد، علينا أن نوليه جل اهتمامنا لما له من دلالات ومعان ذات أبعاد مهمة في هذه العملية. فلكل فرد منا حيزا نفسيا يتحرك ضمنه بارتياح وأمان، وإذا ما تم اختراق هذا الحيز لسبب أو لآخر فسيؤدي ذلك إلى شعور بالضيق والإحراج والارتباك لدى الطرف الآخر.

فكما أن للدول حدودا جغرافية متعارف عليها، تمارس فيها سيطرتها وسيادتها، وتبسط فوقها نفوذها، وتدافع عنها إذا ما اعتدي عليها من الخارج، فللفرد أيضا، حدود خاصة به؛ إذ يشكل له حيزه الشخصي- المكاني حدودا نفسية واجتماعية آمنة، يمارس داخلها حقه بالحركة بحرية وأمان وراحة، لا يسمح لأحد باختراقها، أو الاعتداء عليها. وإذا وقع انتهاك لهذه الحدود، فإنه يدافع عنها بأكثر من طريقة، لأن مثل هذا الانتهاك من وجهة نظره، هو اعتداء على خصوصيته.

إن العلاقات الاجتماعية الناجحة بين الأفراد تقتضي، في الحقيقة، تفاهما ضمنيا حول الحدود المادية والنفسية الآمنة لحركة أجسادهم فيها. كما أنها تتطلب أيضا تفاهما على مدى الاقتراب أو الابتعاد المسموح به عن بعضهم بعضا في ذلك المكان؛ إذ أن عدم تعامل الفرد مع المكان المخصص له بطريقة ملائمة وصحيحة تسبب له مشكلات اجتماعية كثيرة مع الآخرين ولكن الأفراد لا يتعاملون بطريقة واحدة مع

المكان، ولا يديرون أنفسهم فيه بطريقة متشابهة، بل يتباينون فيما بينهم تباينا كبيرا. ويعود سبب التباين إلى اختلاف مفاهيمهم للمكان.

ولعل هذا التباين في المفاهيم هو من أهم الأسباب المسؤولة عن سوء التواصل بيننا وبين الآخرين. ويؤكد العلماء والباحثون المعنيون بالتواصل الاجتماعي بأن كثيرا من المشكلات التي تقع للناس إنما تعزى، في كثير من الأحيان، إلى عدم توفيقهم باختيار المسافة المناسبة التي يجب أن تفصل بين أجسادهم وأجساد الآخرين في المكان الذي يجمعهم معا. أي أن هؤلاء الأفراد لا يتقيدون بالمسافة الخاصة المفترضة لحركة أجسادهم، والمسافة الخاصة المفترضة بحركة أجساد الآخرين في ذلك المكان. ولعل سبب هذا الانزعاج والتوتر في العلاقة هو الاعتداء على خصوصية المكان المخصص للآخر، تلك الخصوصية التي تعد حاجة من أهم الحاجات النفسية التي يحرص الفرد على حمايتها والحفاظ عليها بشكل دائم.

إن حاجة الفرد النفسية إلى الخصوصية تجعله حريصا في معظم المواقف الاجتماعية، أو ربما جميعها، على أن يبقي قدرا معقولا من المسافة بينه وبين الآخرين تفصله عنهم في هذه المواقف، وكأنها فقاعة هواء غير مرئية، حسب تعبير هول (Hall. E) ، يحملها معه أينما ذهب، لتحول دون اقتراب أجساد الآخرين من جسده اقترابا يشعره بالضيق والتوتر[27].

وهكذا، إذا، فإننا نجد بأن المكان عنصر مهم في التواصل مع الناس على الرغم من أننا نادرا ما ننتبه لهذا. وحتى تدرك دلالات المسافات التي يجب أن تفصل أجسادنا عن أجساد الآخرين سنزودك بهذه الدلالات حتى لا ترتكب أخطاء أنت في غنى عنها. وفي هذا الصدد يقسم الباحثون المعنيون بالمسافات التي من الواجب أن تفصل

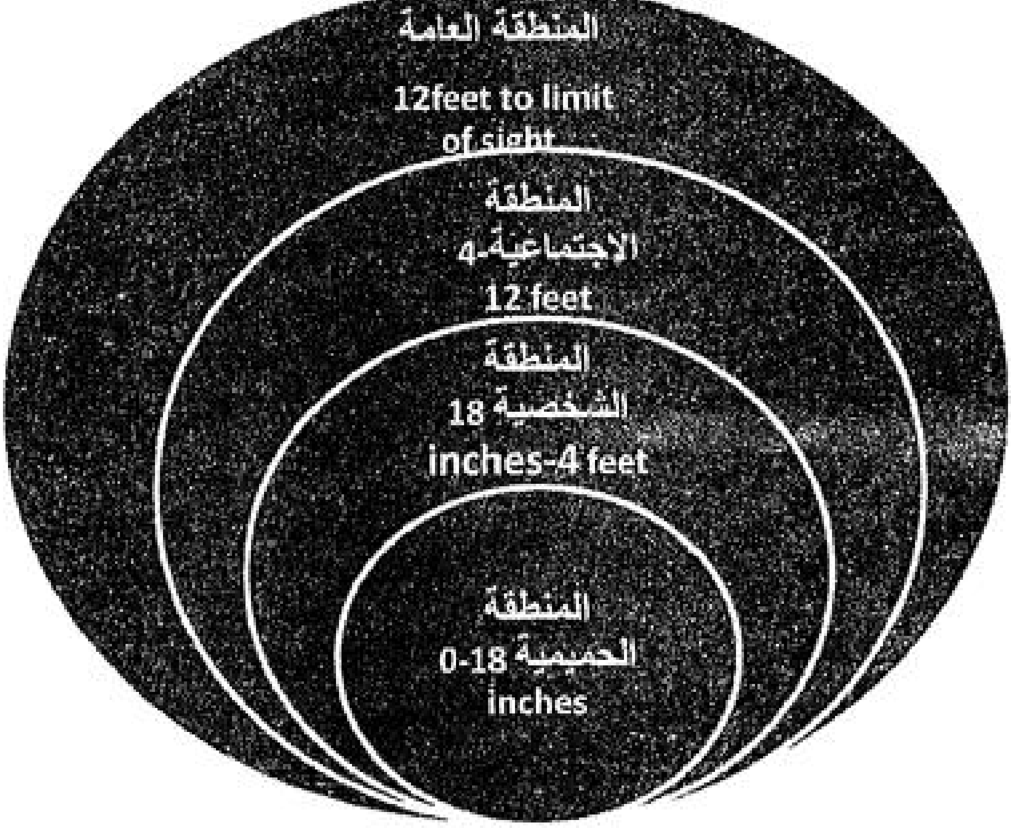
بيننا وبين الآخرين في مواقف التواصل الاجتماعي، وبخاصة (ادوارد هول) أحد علماء التواصل المكاني، إلى أربعة أنواع، هي[28]:

أ- **المسافة الحميمة** (Intimate Distance): وهي مسافة لا تتعدّى ثمانية عشر إنشا. وهي تدلّ على الودّ الذي يجمع بين طرفي الاتصال، وعلى الحميمية التي تميّز علاقتهما، وهي المسافة التي تجمع بين الأزواج، أو الوالدين، أو الأخوة أو الأخوات أو الأصدقاء القريبين للغاية من بعضهم.

ب- **المسافة الشخصية** (Personal Distance): إنها مسافة تشير إلى العلاقة الشخصية. وتقدر هذه المسافة ما بين ثمانية عشر إنشا إلى أربعة أقدام. ويقف عندها الأشخاص المعروفون لبعضهم مثل الحضور في حفلة تخرجك من الجامعة، أو حفلة عرس لصديق أو قريب لك. وغالبا ما تسمّى هذه المسافة باللقاءات الوديه بين الناس.

ج- **المسافة الاجتماعية** (Social Distance): وهي المسافة التي تفصل بين الناس وتكون حدودها ما بين أربعة أقدام إلى اثني عشر قدما. وتستوجب هذه المسافة وجود حاجز بين المجتمعين، كطاولة أو مكتب ليدل هذا الحاجز على أن العلاقة بين هؤلاء الأفراد هي علاقة غير شخصية. وغالبًا ما نشهد هذه المسافة في المناسبات الاجتماعية والمستويات الإدارية التي تسودها علاقات سطحيّة غير معمّقة مع الآخرين.

د- **المسافة العامة** (Public Distance): وهي تلك المسافة التي تزيد على اثني عشر قدما، وهذه هي المسافة المريحة التي نختارها عندما نتوجه بالكلام إلى جمع غفير. وتدل هذه المسافة على تدني مستوى التبادل والتفاعل بين الناس، كما أنها تدل على فارق المكانة والمركز (انظر الشكل التوضيحي 1).



الشكل 1

ومع أن الحيز الشخصي- المكاني الذي يفصل بين أجسادنا وأجساد الآخرين تتحكم فيه عوامل كثيرة-، كموضوع الحديث الذي يدور بيننا وبينهم، وطبيعة العلاقة التي تجمعنا بهم، والحالة المشاعرية والعاطفية لكلينا في أثناء التواصل، والظروف الطارئة التي قد تحتم علينا درجة معينة من القرب أو البعد، إلا أنه يبقى في جوهره مفهوما ثقافيا، تحدده ثقافة المجتمع؛ إذ تحدد الثقافة لأفرادها مدى المسافة أو الحيز المكاني المناسب اجتماعيا والمقبول أخلاقيا لاقترابهم، أو ابتعادهم، عن بعضهم بعضا.وفي هذا الصدد، يقول "هول": إننا نتعلم قواعد الاقتراب من المحيط الاجتماعي الذي نعيش فيه، حيث تحدد هذه القواعد البعد المناسب بين الناس في مواقف الحياة اليومية المتعددة، والمسافة المناسبة للتقارب بينهم أيضا. وتختلف هذه القواعد من ثقافة

إلى أخرى، ومن طبقة اجتماعية إلى أخرى، كما أنها تتباين من قطاع اجتماعي إلى آخر ضمن الثقافة الواحدة.

وهكذا يمكن القول بأن نجاحنا في التواصل مع الآخرين من خلال لغة أجسادنا تعتمد في الأساس على استنباط "مفاتيح" أو دلالات كل عنصر من عناصر الجسد التي نستخدمها من أجل توصيل رسائلنا إليهم.

دلالات التواصل عبر الجسد

الاتصال عبر الجسد	الدلالات
1- تعابير العينين والوجه	
- اتصال العين لفترة طويلة:	الاهتمام أو الإجبار
- اتصال العين لفترة قصيرة:	الخجل أو انعدام الأمن
- عدم ثبات العين:	الفرد يفضل لو كان في مكان آخر
- لا اتصال بالعين:	التركيز، الخوف أو الفخر
- حركة العين من أعلى إلى الأسفل:	الغطرسة
- حركة العين من أسفل إلى أعلى:	الخوف
- إشاحة العين:	الخلاف، أو التمهيد لهجوم
- النظر إلى السقف:	لا يوجد اهتمام
- تدليك الجبين أو الجبهة:	التشتت، والتعب
- التمسيد على الذقن:	الانتباه، الفضول
- ميل الرأس قليلا إلى الجانب:	الاهتمام
- اندفاع الرأس قليلا إلى الأمام:	الاستعداد للهجوم
- فرك العينين:	الاحساس بالتعب
تقاطـــع النظرات:	تفاهم على الفكرة- إشارة إلى معاني خفية- خجل تآمر-
النظر إلى أعلى أو إلى اسفل:	ضيق- إرادة إنهاء اللقاء، ضيق- شرود- خجل
2-اليدان والأصابع	
- اللعب بالشعر أو الأنف:	اشارة إلى قلق
- اللعب بالكرسي:	عدم اليقين بدرجة عالية
- العبث بالأشياء:	إشارة إلى الهروب
- الأصابع مطوية على شكل بندقية:	الدفاع أو التحذير والتهديد
- اليدان متقاطعتان خلف الظهر:	الخوف أو عدم التأكد
- الأيدي في الجيوب:	ازدراء أو عدم اكتراث
- الاصبع على الفم:	التفكير في المشكلة

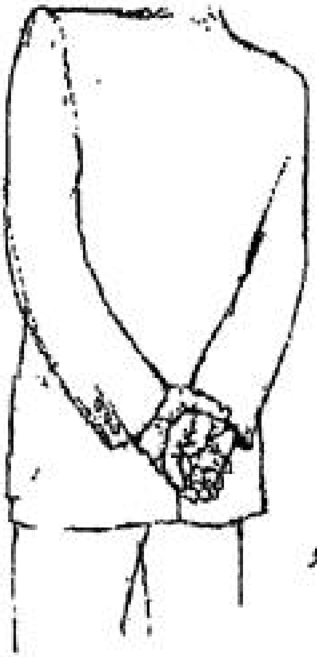
البرج السفلي
43

البرج العلوي

Figure 6 The child telling a lie

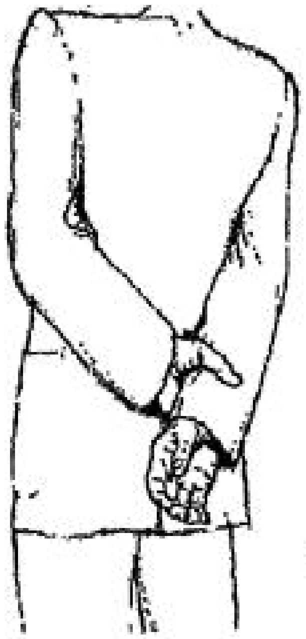
Figure 7 The teenager telling a lie

Figure 8 The adult telling a lie



وقفة الثقة والسمو

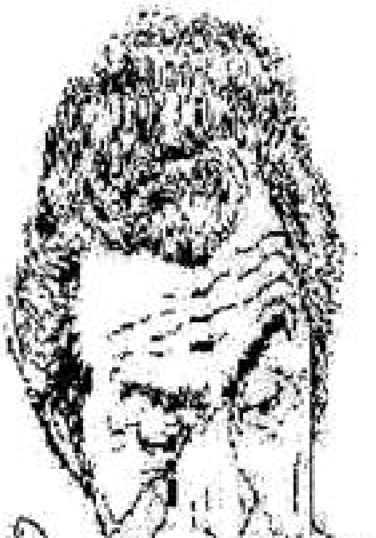
وضع الابهامين للاعلى



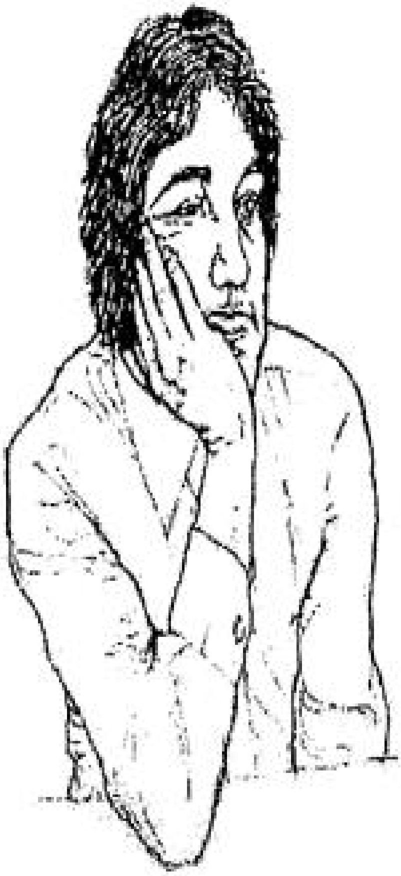
وضعية امساك الرسغ

لمس الانف

الملل



فرك العين



الملل

تقييم شيء بالاهتمام

تواجد الافكار السلبية

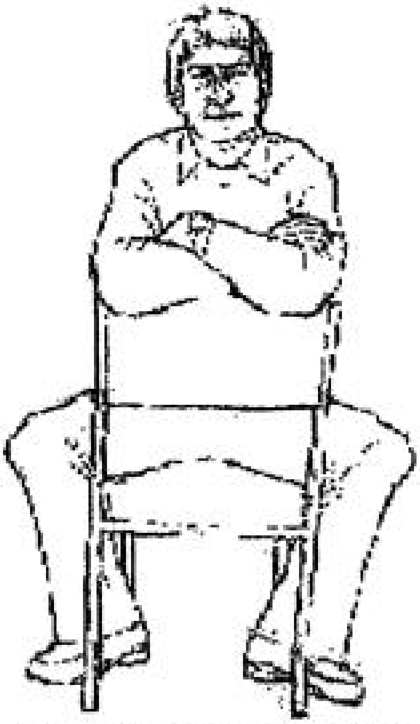
مجموعة تقييم / قرار

مجموعة تقييم - قرار - ملل

كتفين تظهران شوف التحدي

هيئة الاستنكار و الرفض

وضعية القدمين
المتشابكة



الجلوس المعكوس على الكرسي

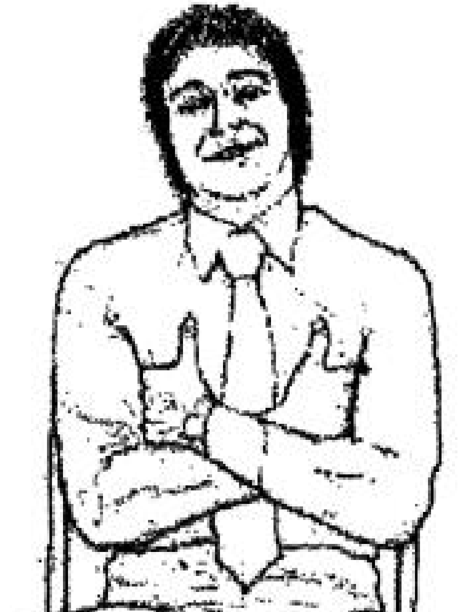


Figure 57 *The ear rub*

Figure 58 *The neck scratch*

Figure 61 *Boredom*

Figure 62 *Interested evaluation*

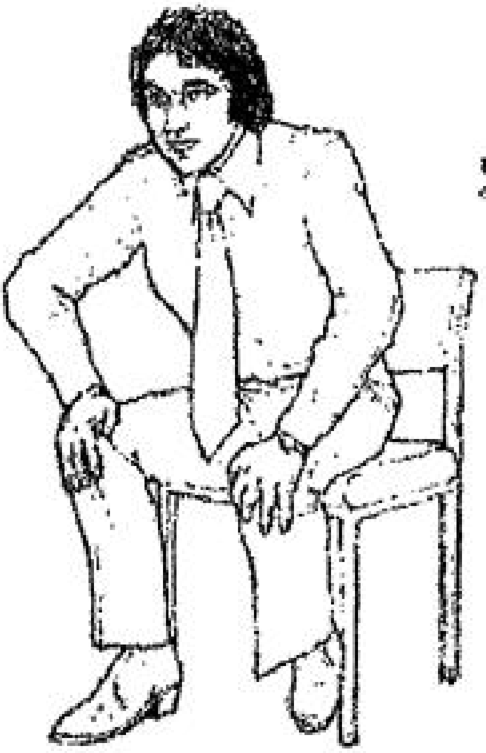


Figure 101 Readiness to end an encounter or a conversation, hands on knees

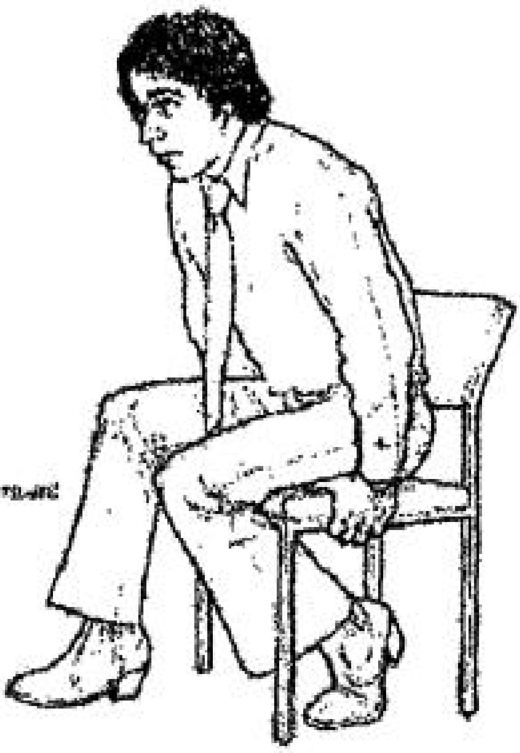
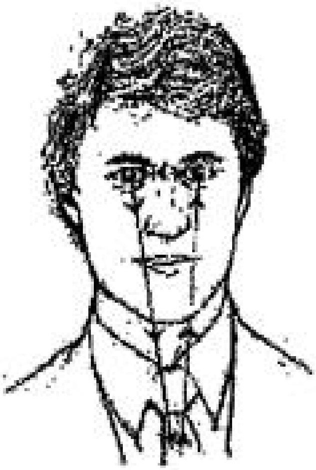


Figure 102 On your mark, get set, leaning forward gripping the chair

التحديق العملي

التحديق الاجتماعي



التحديق الحميم

حماية الفم

مراجع الفصل

(1) ديفيد بروتون (1997) أنثروبولوجيا الجسـد والحداثـة، ترجمة محمـد عـرب صاصـيلا. بـيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

(2) حسني عبـد العظـيم (2011) ميشـيل فوكـو وتأسـيس سوسـيولوجيا الجسـد. الحـوار المتمـدن- العدد3355

(3) Hegstrom. T. (1979). "Message Impact: What Percentage is Nonverbal?", In Western Journal of Speech Communication. 43. Spring:134-142.

(4) Mehrabian. A(1981). Silent Message: Emplicit Communication of Emotions and Attitudes. Second Edition. Belmont- Calif: Wadsworth.

- Mehrabian. E. (2007) Nonverbal Communication. New Jersy: Aidine.

(5) Knapp. M L. (1978). Nonverbal Communication in Human Interaction. Second Edition. New York: Holt,Rinehart and Winston

(6) Hybels ,S and Weaver ,R. (2001). Communicating Effectively. Boston Mc Graw-Hill:

(7) المرجع السابق

(8) المرجع السابق

(9) ألن بيز (1997). لغة الجسد. تعريب سمير شيخاني. بيروت: الدار العربية للعلوم.

(10) المرجع السابق.

(11) المرجع السابق.

(12) المرجع السابق.

(13)Stewart ،J and Carole Logan(1988). Together: Communicating Interpersonally. Forth Edition. New York. McGraw-Hill ،Inc:.

(14) ألن بيز. مرجع سابق.

(15) المرجع السابق.

(16) المرجع السابق.

(17) المرجع السابق.

(18)Cherry ،K. (2012). Types of Nonverbal Communication. Retrieved from http://psychology. about. com/od/nonverbalcommunication/a/nonverbaltypes. htm

وانظر كذلك:

- Mehrabian. E. (2007) Nonverbal Communication. New Jersy: Aidine.

(19) ألن بيز. مرجع سابق

(20) ستيوارت (1988)، و كارول توغان، مرجع سابق.

(21) المرجع السابق.

(22)Pearson, J and Edward Nelson (1994). Understanding and Sharing: An Introduction to Speech Communication. Sixth Edition Madison: Brown And Benchmark.

(23) ستيوارت، وكارول توغان، مرجع سابق.

(24) إحمد إسماعيلي علوي (2013). التواصل الإنساني: دراسة لسانية. عمان: دار كنوز المعرفة العالمية للنشر والتوزيع.

(25)Kaiser ،S (1990). The Psychology of Clothing: Symbolic Appearance in Context. Second Editions. Macmillan: New York.

(26) Arens, WF., and Courtland L. Bovee (1994) Contemporary Advertising. Fifth Edition. Illinois: IRWIN

(27)Hall, E. (1966). The Hidden Dimension. Garden City: New York ،Doubleday.

(28) المرجع السابق.

الفصل السادس

الوعي بالذات والبوح للآخر

الفصل السادس

الوعي بالذات والبوح للآخر

مقدمة

أولاً: الوعي بالذات: ضرورة ذاتية واجتماعية

- الوعي بالذات: عملية ارتداد إلى الفضاءات الجوانية
- إطلالة على الذات من نافذة جوهاري
- كيف نكتشف ذاتنا العمياء
- كيف نكتشف الذات المقنعة

ثانياً: البوح للآخر: تواصلٌ من نوع خاص

- نظريات البوح
- العوامل المؤثرة في عملية البوح
- ارشادات لتشجيع عملية البوح
- البوح: المخاطر والفوائد

المراجع

الفصل السادس

الوعي بالذات والبوح للآخر

"رحم الله امرءا أهدى إلي عيوبي"

عمر بن الخطاب

مقدمة

تبدأ الخطوةُ الأولى في النجاح في كثير من مجالات الحياة، بما في ذلك التواصل مع الآخرين، بمعرفة الفرد لذاته، ووعيه بها (Self Awareness). فمن لا يعرف نفسه/ ذاته، سيكون من الصعب عليه التواصل بفاعلية، واقتدار مع الآخرين، وقد لا يكونُ بمقدورهِ أيضا إقامة علاقات ودية ودافئة معهم.

ومع ذلك، فنحن حين نتواصل مع غيرنا من الناس، فإننا في كثير من الحالات لا نكون على وعي بكل ما نقوم به من أفعال، أو يصدر عنا من أقوال أو سلوكات. غير أن عدداً ليس بقليل من الأفراد، يدعي بإنه يعرف كل شيء عن نفسه، أو ذاته، وهو ليس بحاجة إلى المزيد من معرفتها، أو الوعي بها. ولكن هذا الإدعاء، يُجافي الحقائق العلمية؛ إذ تُبيّن نتائج العديد من الدراسات التي قام بها الباحثون في مجال الوعي بالذات، أنّ عدداً كبيراً من النّاس تجهل الكثير عن ذواتها، ولا تعي جوانب عديدة منها، مما يجعلهم يمرون بمشكلات عديدة يوميا. لذا، يتوجب علينا أن نعي ذواتنا، ونستكشف ما خفي منها، حتى نتجنب ما قد يعترضنا من مشكلات في شتى مناحي حياتنا اليومية.

أولاً: الوعي بالذات: ضرورة ذاتية واجتماعية

لم تكن صرخة الفيلسوف اليوناني سقراط: "أيها الإنسان اعرف نفسك"، سوى صرخة توكيد على أهمية اكتشاف الفرد لذاته، وضرورة الوعي بها، ذلك أنّ مثل هذه العمليّة ضرورة تقتضيها إقامة العلاقات الناجحة بيننا، وبين الآخرين. فماذا يعني مفهوم الوعي بالذات؟

يُشير هذا المفهوم إلى إدراك الفرد لشخصيته إدراكا واضحا، ومعرفة كاملة لكل ما فيها من أفكار، ومشاعر، واتجاهات، وعواطف، واعتقادات، وعادات سلوكية. ويَتضمَّن هذا الإدراك، معرفة دقيقة لنقاط القوة والضعف في شخصيّة الفرد. كما يعني هذا المفهوم أيضا الانتباه المركز والإدراك الدقيق للذات بكل ما فيها من حالات داخلية يعيشها الفرد[1]. وإذا ما دققنا انظر في هذا المهوم لوجدنا بأنه ينصب على الأبعاد الآتية من شخصيّة الفرد:

- ملاحظة الفرد لمشاعره وعواطفه وأفكاره
- قدرة الفردعلى فهم هذه المشاعر والعواطف والأفكار
- إدراك الفرد للقيم والمبادئ والأهداف الأساسية التي يتوجب عليه أن يهتدي بها في الحياة بشكل عام وفي تواصله مع الآخرين بشكل خاص.

وفي ضوء ما سبق، يمكن القول: إنّ عمليّة وعي الفرد بذاته ضرورة ذاتية، واجتماعية، على قدر كبير من الأهمية بالنسبة له. وتتضح مثل هذه الأهمية في الجوانب أو المجالات الآتية:

- توجيه الفرد الوجهة الصحيحة في أثناء تواصله وتفاعله مع الآخرين.
- تحكم الفرد بعواطفه بطريقة ملائمة، بحيث لا يكبت هذه المشاعر ولا يترك لها العنان لتحرفه عن جادة الصواب.
- تمتين علاقاته مع الآخرين.
- تطوير شخصيّته ونموها والارتقاء بها.

- تحسين أداء الفرد وصقل مهاراته في المجالات المختلفة.
- تجنب العديد من المشكلات الشخصيّة والاجتماعيّة في جوانب عديدة من الحياة.
- النجاح في الحياة بشكل عام.

الوعي بالذات: عملية ارتداد إلى الفضاءات الجوانية

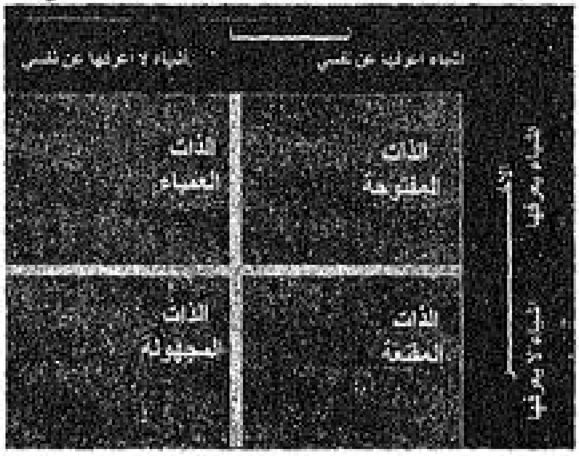
ليست الوعي بالذات، في حقيقته، سوى عمليّة يرتد فيها الفرد إلى فضائه الجواني، أي عالمه الداخلي ليزيد استبصاراً ومعرفةً ودرايةً بهذا العالم الخفي، الذي يجهل الكثير عنه. ودعنا نوضح لك كيف تكون هذه العملية: تخيّل أن مدرباً للسواقة يدرِّبُ شاباً لأول مرة على قيادة المركبة. ففي كل مرة يخرج معه للتدريب يطلب منه أن يركز انتباهه على العالم الخارجي بكل ما فيه من مثيرات: كل شيء يمشي أو يسير على الشارع، سواء من مركبات أو أشخاص، كما يطلب منه ان يركز انتباهه على اتجاهات السير: اليمين واليسار، والخلف والأمام، والجوانب. ثم يطلب منه كذلك أن ينتبه جيدا إلى الإشارات الضوئية، ويفهم دلالاتها، فيقف عند رؤيته الضوء الأحمر، ويتابع سيره عند رؤيته الضوء الأخضر، ويطلب منه كذلك أن ينتبه جيدا إلى إشارات الطرق والشواخص المرورية والتقيد بها، وضبط مرايا المركبة، وإعطاء الإشارات الملائمة لاتجاه حركته حتى يفهمها الآخرون الذين يسوقون مركباتهم. وتطول عمليّة أوامر مدرب السياقة، وارشاداته، لهذا السّائق في التعامل مع المركبة في أثناء السياقة ليتسنى له النجاح بالسير، والتحكم بالمركبة، وتجنب حوادث السير قدر المستطاع. وكلما أتقن السائق هذه التعليمات كان ضبطه للمركبة سليماً و دقيقاً، يحول دون ارتكابه لبعض مشكلات السياقة.

ما علاقة هذا بعمليّة ارتداد الفرد إلى فضائه الداخلي الجواني؟ لا تختلف عمليّة الوعي بالذات في جوهرها، عن عمليّة سياقة المركبة كما ورد في المثال السابق، سوى في أمر واحد وهو أن تركيز السائق في سياقة المركبة يكون موجها نحو العالم الخارجي بكل تفاصيله، ورصد كل ما فيه من أشياء، ومعرفة دلالاتها، وعلاقتها بالسياقة. وأما

عمليّة الوعي بالذات فتركيز الفرد يكون موجه نحو عالمه الداخلي، أي إلى أعماق الذات؛ إذ تتطلب منه عمليّة الوعي بالذات، أن يركز اهتمامه كله على عالمه الجُوّاني بكل ما فيه من مشاعر وأحاسيس وأفكار واتجاهات واعتقادات وعادات وقيم، ومصادر قوة أو ضعف. فكلما عرف الفرد هذا العالم زادت فرص نجاحه في التعامل مع الناس وقلت مشكلاته معهم. وإذا ما قام بذلك فسوف لن يسمح لاعتقاداته الخاطئة أن تسيطر عليه، وسوف لن يسمح لاتجاهاته السلبيّة أن تستمر كما كانت عليه قبل أن يستكشفها. كما إنه في الوقت نفسه سوف يعمل على تعزيزالجوانب الايجابية من مشاعره، وعواطفه، واتجاهاته، وينمي عاداته، وأفكاره، الإيجابيّة. وهكذا ينمو الفرد وتتطور شخصيته وتتقدم في المجالات المختلفة. وهذا هو، في الحقيقة، الهدف الغائي من وراء وعي الفرد بذاته واستكشافه لها.

إطلالة على الذات من نافذة جوهاري

تعد نافذة جوهاري (Johari Window) من أهم الطرق التي يمكن أن نطل من خلالها على ذواتنا، لمعرفة كل ما فيها من خبايا، وأسرار، وأفكار، ومعلومات، واتجاهات، واعتقادات. ووفقا لجوزيف وهاري(Josef and Harrington)، صاحبا هذه النظرية، فإن ذات أي فرد منا تتكون من أربعة أجزاء، هي: (انظرالشكل 1):



(الشكل 1): نافذة جوهاري

- الذات المفتوحة. (Open Self). وتشمل هذه الذات أشياء يعرفها الفرد عن نفسه، ويعرفها الآخرون عنه أيضا.
- الذات العمياء (Blind Self). وتشمل أشياء لا يعرفها الفرد عن نفسه، ولكن الآخرين يعرفونها عنه.
- الذات الذات المقنّعة (Hidden Self). وتحتوي على أشياء يعرفها الفرد عن نفسه، ولكن الآخرين لا يعرفونها عنه.
- الذات المجهولة أو اللاواعية (Unknown Self). وهي ذات تحتوي على أشياء لا يعرفها الفرد عن نفسه، وكذلك الآخرون. فهم أيضاً لا يعرفونها.

وسنقوم بشرح مفصل لكل ذات من هذه الذوات:

الذات المفتوحة:

وتشمل هذه الذات، المعارف، والمعلومات، والأفكار، والرغبات كلها، التي يعرفها الفرد، عن نفسه، ويعرفها الآخرون أيضا عنه: (إسمه، ولون بشرته، وجنسه، وانتماءاته السياسية، والدينية، ومكان سكنه وعاداته وهواياته وقيمه واتجاهاته). ويختلفُ حجمُ هذه الذّات لدى الفرد وَفقاً للموقف، ووَفقاً للشخص الذي يتواصل معه. فبعض الأشخاص، على سبيل المثال، يجعلوننا نشعر بالارتياح، ويشجعوننا على التواصل معهم، لذلك فإننا نفتح ذواتنا على مصراعيها أمامهم، وفي الوقت نفسه فإننا نفضّل أن نحتفظ بمعظم ما في ذواتنا مغلقا أمام الذين لا نُقدّرُهم، أو لا نحترمهم، أو لا نعرفهم بقدر كافٍ، أو الذين لا يسمحون لنا أن نفتح أنفسنا أمامهم.

ويرى جوزيف وهاري بأنه كلما كانت مساحة هذا الجزء من الذات كبيرة وواسعة، كان تفاعلنا مع الآخرين سلسا، وسهلا، لأننا نعرف كل ما يصدر من هذه الذات. وكذلك الآخرون، فهم بدورهم يعرفون هذا الذي يصدر عنا. وهكذا، فإن الذات المفتوحة هي التي تسمح لنا بأن نتواصل بسلاسة ويسر مع الآخرين، وتجنبنا الوقوع في مشكلات معهم(2).

المختلفة. ولك أن تتخيل في هذه الحالة ما حجم المشكلات التي قد يتسبب فيها عدم معرفة كل طرف منهما بالآخر.

الذات العمياء:

وتسمى هذه الذات بهذا الاسم لأنها تحتوي على أشياء، وسلوكات، وصفات، تتعلق بالفرد لا تكون لديه معرفة، بها، ولكن الآخرين الذين يتواصلون معه يعرفون ذلك عنه. (الأهل الأصدقاء، زملاء العمل، زملاء الدراسة، أو غيرهم، ممن يتواصل معهم بشكل دائم).

ويتفاوت حجم هذه الذات بين الأفراد. فبعضهم لديه ذاتا عمياء كبيرة وواسعة، أي أنه يجهل الكثير عن ذاته، ولا يعي ما يصدر عنها، من أفعال، أو سلوكات، أو تصرفات، أو عادات، وبعضهم الآخر لديه ذات عمياء صغيرة وضيقة، أي أنه يعي الكثير عن نفسه، وبالتالي فإنه على وعي كبير بما يصدر عنه من أفعال. بمعنى آخر، هناك علاقة كبيرة بين الذات العمياء، والذات المفتوحة التي تحدثنا عنها قبل قليل؛ إذ كلما كبرت مساحة الذات العمياء قلت مساحة الذات المفتوحة، وحجمها، وكلّما صَغُرَت مساحة الذات العمياء، كبرت مساحة الذات المفتوحة[3] وهذه الذات، هي المسؤولةُ إلى حد كبيرعن كثير من مشكلات تواصلنا مع الآخرين، بسبب جهلنا، وعدم وعينا، بما يَصدُرُ عنّا من هذه الذات. إنّ هذه الذات هي التي بحاجة إلى زيادة وعي الفرد بها ومعرفتها أكثر من أي ذات أخرى من ذواته.

الذات المقنعة:

تحتوي هذه الذات على أشياءَ، ومعلوماتٍ، وأسرارٍ كثيرة، يعرفها الفرد عن نفسه، ولكن الآخرين لا يعرفونها عنه. وقد يبدو للوهلة الأولى بأن حفاظ الفرد على هذه الأسرار، أوالمعلومات، أو الحقائق وإخفائها عن الآخرين، هي أمر يخصه وحده. فمن حقه أن لا يطلع الآخرين على أسراره، والمعلومات التي تتعلق به، أو بالآخرين الذين ائتمنوه عليها.

صحيح أنّ هناك معلومات تخص الفرد وحده، أو أسرته، أو عمله. وعليه، فإنه لا يريد أن يطلع الآخرين عليها، لأن مثل ذلك الإخفاءلا يفسد علاقاته بـالآخرين أو يسئ إليها. ولكن إذا كان إخفاء هذه المعلومات التي بحوزته. ذات علاقة بـالآخرين أو تمسهم، فإن إخفاءها عنهم وعدم إطلاعهم عليها، يترتب عنه العديـد مـن المشكلات معهم.

الذات المجهولة/اللاواعية:

تمثل الذات المجهولة، المعلومات، أو الأفعال، أو التصرفات، أو الاتجاهات الـتي لا يعرفها الفرد عن نفسه ولا يعيها. وكذلك الآخرون، فهم لا يعرفـون تلـك الأمـور عنه أيضا. وبالفعل فإن الفرد لا يكون على علم أو معرفة بوجود مثل هذه الأمـور في هذه الذات. ولكن بإمكان الطبيب النفسـي اكتشـافها، ومعرفتهـا بـأكثر مـن طريقـة: (التنـويم المغناطيسـي مـثلا، زلات اللسـان، أو بواسـطة الأحـلام). ونسـوق المثـال التوضيحي الآتي على ذلك: كانت فتاة في العشرين من عمرها تصرخ بصوت مزعج للغاية في أثناء نومهـا. فحـين كـان أهلـها يستفسـرون منهـا في الصباح عـن أسـباب صراخها، تجيبهم بأنها لا تعرف، ولا تعلم بأنها تصرخ. وقد تكرر صراخ الفتاة أكثـر مرة، وفي الوقت نفسه من الليل (الساعة الثانية عشرة ليلا)، مما دفع بأهلها إلى مراجعة طبيب نفسي لمعرفة أسباب الصراخ. وبعد فحص الطبيب النفسي الدقيق لها، تبـيَّن أنّ تلك الفتاة، كانت قد تعرضت لمحاولة قتل وهي طفلة في الخامسـة مـن عمرهـا، حـين دخل لص من غرفتها لسرقة بيت أهلها، وهَمَّ بقتلها إذا صرخت، لأن صراخها سينبه أهلها. وتحت التهديـد بالقتـل كبتـت الطفلـة رغبتهـا بالصـراخ. ولكـن هـذه الرغبـة أفصحت عن نفسها في أحلام الفتاة بعـد خمسـة عشـرة سـنة؛ أي حـين كانـت الفتـاة بالعشرين من عمرها.

كيف نكتشف ذاتنا العمياء

إن معرفتنا بذواتنا، ووعينا بها عمليّة تفاعل مستمرة، فكلما زاد التفاعل بيننا وبين الآخرين زاد تفهمنا، ومعرفتنا بذواتنا. فكيف نتعامل مع الذات العمياء؟ أعني كيف نكتشف الجزء المعتم من ذواتنا؟ هناك خطوات عديدة علينا اتباعها، وهي كما يلي:

1- الاعتراف بوجود ذات عمياء:

الكثير منا لا يعترف بأن لديه ذاتا عمياء، ويدعي بأنه يعرف نفسه خير معرفة. صحيح أنه لا أحد يعرفك أكثر من نفسك، ومع ذلك هناك جوانب كثيرة من ذاتك أنت تجهلها، فاعترف بوجودها، ولا تبالغ في ادعائك بمعرفة نفسك. فهناك أشياء كثيرة يعرفها الآخرون عنك. وقد تندهش لسماعها.

2- الرغبة في معرفة هذه الذات:

لا يكفي اعترافك بوجود ذات عمياء لديك بأنك ستكتشفها، بل يجب أن تكون لديك الرغبة، أو النية، أو الاستعداد، لتقبل ما يقوله لك الآخرون عن هذه الذات.

3- الاستماع لما يقوله الآخرون:

يمكننا أن نعرف الكثير عن ذواتنا/ أنفسنا بإمعانِ النظر بما يقوله الآخرون عنا على شكل تلميحات، أو تعليقات، أو انتقادات، فمثل هذه التعليقات أو الانتقادات، لا يقولها الآخرون بقصد الإساءة لنا، وإنما هي تعليقات عفوية، وعابرة، وغير مقصودة. ومع ذلك، يُمكنُ الاستفادة منها إلى حد كبير في عمليّة وعينا بذواتنا. افْرض أنك سمعت أكثر من صديق، وفي أكثر من مناسبة، أو موقف، يقول لك في يوم من الأيام أحد العبارات الآتية:

- "يا أخي يكفي غرور".
- "لماذا كل هذا الغرور؟".

- "لماذا شوفة الحال؟".

- "يا أخي ما في أحد يعرف غيرك؟".

- "أنت هو من يفهم فقط بهذه الأشياء؟".

ماذا تعني هذه التعليقات؟ وكيف يمكن الاستفادة منها؟ إنها تعني بأن صفة التعالي، أوالغرور، صفة موجودة لديك، دون علمك بها، وهي المسؤولة عن عدم ارتياح الآخرين منك. فماذا عليك أن تفعل في هذه الحالة؟ عليك أن تتأكد من حقيقة ما سمعت. أي انتقل إلى الخطوة التي تليها، وهي:

4- **الاستفسار عما سمعت:**

وهذا يعني أنه يتوجب عليك أن تسأل الآخرين ممن تثق بهم عن تلك الصفات التي سمعتها من الآخرين على شكل تعليقات أو تلميحات أو انتقادات (الغرور في هذه الحالة).

5- **كن حذرا في طريقة السؤال:**

إذا ما قمت بسؤال الآخرين (الأصدقاء/ المعارف/ المقربين/ زملاء العمل) عما سمعته من خصائص، أو ملاحظات، فتجنب أن تسألهم أسئلة تتعلق بشخصيتك، بل اسألهم عن سلوك ما قمت به في موقف ما من المواقف التي مررت بها، أو اسألهم عن تصرف ما تصرفته في موقف ما، أو اسألهم عن سلوك ما سلكته إزاءهم. فإذا سألتهم عن شخصيتك، فهناك احتمال كبير أنهم لن يكونوا صادقين، أو صريحين معك. فالناس تتجنب تقييم الفرد أو شخصيته، ولكنها لا تخشى من أن تقيّم أفعالك، أو سلوكاتك أو مواقفك.

6- **الاستفادة من استجابات الآخرين /التغذية المرتدة:**

إذا أجمع أكثر من صديق لك على وجود تلك الصفة لديك (الغرور)، فاعلم أن تلك الصفة موجودة لديك حقا. فلا تكابر، ولا تتجهّم، ولا تأخذ منهم موقفا دفاعيًا،

اوهجوميًا، ولا تتهمهم بأنهم غير صادقين، أو أنهم يكرهونك، أو أنك تعرف نفسك أكثر منهم. كل هذا لن يجديك، ولن يفيدك في شيء، إذا ما أردت إصلاح أمرك، وإنارة الجانب المعتم من ذاتك العمياء، ذلك لأن هذا الاجماع جاء من أصدقاء لك يعرفونك جيدا، وليس بنيتهم الإساءة إليك أو التقليل من قدرك ومكانتك.

7- اقْبَلْ ما يقوله الآخرون:

إذا ما أجمع أصدقاؤك، أو معارفك، أو زملاؤك، على صفة ما فيك، فتقبل ذلك، وتعامل معه على أنه فعل خير لك، ومن شأنه أن يعمل على تطوير شخصيتك.

8- اشكر من قدم لك النصائح:

اشكر كل من أسهم بتقديم ملاحظات، أو تعليقات لك، عملت على أضاءة جانب معتم من جوانب شخصيتك (ذاتك العمياء)، وتذكر قول سيدنا عمر إبن الخطاب رضي الله عنه: "رحم الله امرأ أهدى إليّ عيوبي".

كيف نكتشف الذات المقنعة عند الآخرين

شأن هذه الذات شأن الذات العمياء. فكلاهما له تأثيراته السلبيّة على عمليّة التواصل الاجتماعيّ بيننا وبين الآخرين. وفي حالات كثيرة تفوق تأثيرات الذات المخبوءة، أو المقنعة على العلاقات الاجتماعيّة بين الناس تأثيرات الذات العمياء، ذلك أنّ ما يصدر منها، يكون مقصوداً من طرف الفرد، في حين ما يصدر من الذات العمياء لا يكون الفرد عالما به.

وحتى تتبيّن لك خطورة الذات المقنعة على العلاقات الاجتماعيّة، نرجو منك أنْ تتأمل الحالات أو المواقف الآتية:

- يتقدم شاب لخطبة فتاة، وكان قد أخفى عنها زواجه السابق من فتاة غيرها، بحجة أن ذلك أمر يخصه. ماذا ستكون ردة فعل الفتاة في المستقبل حين ستعلم بذلك؟ وكيف سيكون موقف الشاب حين تعلم خطيبته بالأمر؟

- يتقدّم شاب لخطبة فتاة تعاني من العُقم، وبعض المشكلات الصحيّة الأخرى، دون أن تخبره بذلك، بحجة أن الأمر يتعلق بها، وهو سرّ من أسرارها الخاصّة. هل لك أن تتصور المشكلات التي ستواجهها حين يكتشف الأمر؟

- يكتشف مدير شركة ما أن أحد موظفيه، كان قد أخفى عنه أمرا يتعلق بصميم عمله عند مقابلته للعمل في وظيفة كانت قد أعلنت عنها تلك الشركة. ما المشكلات المتوقعة بينهما حين يتم اكتشاف الأمر؟

- يوعد شاب خطيبته بأن يسكنها في المكان الذي تريده في المدينة التي يسكنان بها. ولكنها تكتشف بعد الزواج بأنه يريد أن يسكنها مع أهله. ما المشكلات المتوقع أن تحصل معهما في هذه الحالة؟

- تكتشف فتاة بعد زواجها بأن زوجها لا يعمل، وإن كلّ ما كان يصرفه عليها في أثناء فترة الخطوبة كان يستعيره من أصدقائه، في حين أنه كان يقول لها حين كانا خاطبين بأنه يعمل مديرا لمؤسسة كبيرة براتب عال، ومعه من النقود ما يكفي لعيشهما براحة ويسر. ما ردة فعل الفتاة في هذه الحالة؟

- يطلب زوج من زوجته أن تقلع عن التدخين، وأن ترتدي الحجاب أيضا، وذلك بعد زواجهما بفترة قصيرة. لأنه لا يحبُّ النساء المدخنات، وغير المحجبات.في حين أنها كانت تدخن أمامه حينما كانا خاطبَيْن، وكان هو الذي يشعل لها السيجارة ويعمل لها الأرجيلة، أو الشيشة، في كثير من الحالات، وكان يتباهى بذلك أمام أهلها، وأصدقائه. كما أنها كانت أيضا غير محجبة طيلة فترة الخطوبة. ماذا تتوقع أن تفعل الفتاة بعد أن صارحها زوجها بأنه لا يحب المدخنات ولا النساء غير المحجبات؟

صحيح أن ما جاء في بعض هذه المواقف يُعدُّ أمراً خاصاً بأصحابه، كما قد يبدو للوهلة الأولى. غير أنّها في الحقيقة خلاف ذلك؛ فهي تتصل بالآخر، وتتعلق به لأن هناك علاقة تجمع بينهما (الخطوبة). فنجاح علاقتهما في المستقبل تعتمد على

مدى معرفة كل منهما للآخر. فإذا ما اكتشف الطرف الآخر لاحقا المعلومات أو الأسرار التي أخفاها عنه الطرف الأول فإن العلاقة بينهما سيعتريها الكثير من المشكلات، وقد تؤول إلى الفشل.

ولك أن تتخيل فداحة الأخطار على علاقتنا الشخصيّة والزواجية والاجتماعيّة والمهنية بسبب الذات المقنعة. أليس فسخ الخطوبة أو الطلاق هو أحد هذه النتائج؟ أليس طرد الموظف من عمله بسبب إخفائه بعض المعلومات التي كان يتوجب عليه تقديمها للشركة حين تقدم للعمل فيها والمتعلقة بشهاداته العلمية ومؤهلاته هو أحد هذه النتائج أيضا. وقس على ذلك بقية الامثلة السابقة. فماذا نفعل أوكيف نكتشف ما يخفيه عنا الآخرون من أسرار ومعلومات وبيانات ومعارف تصدر من هذه الذات وتؤثر علينا وعليهم تأثيرا كبيرا؟ هناك أكثر من طريقة تكتشف فيها ما يخفيه عنا الآخرون. اتبع ما يلي:

1- راقب/ راقبي سلوك الآخر، دون أن نشعره بذلك؛ لنرى مدى الاتساق، أو التناقض بين ما يقوله/ تقوله لنا، وبين ما يفعله/ تفعله (كالبخل مثلا).

2- ضع الآخر في مواقف مختلفة، وعلى فترات متباعدة في أثناء فترة الخطوبة؛ لنرى مدى الاتساق أو التناقض بين ما يقوله/ تقوله لنا حول أمر ما وبين ما يقوم/ تقوم به فعلا.

3- إسأل الآخرين المقربين منه/ منها عن بعض الأمور التي أبدى/ أبدت فيها تناقضا بين ما قاله/ قالته لنا حول ذلك الأمر، وبين ما رأيناه يقوم/ تقوم به فعلا.

4- وإذا ما رأينا منه/ منها تكرارا لبعض السلوكات والأفعال التي كان لدينا حولها بعض الشكوك، وإذا ما أيد الآخرون أيضا ذلك السلوك الذي رأيناه نحنُ منه فتلك الصفة، أي البخل، هي صفة أصيلة لديه/ لديها، ولكنه كان يخفيها/ تخفيها عنا.

5- كاشف الآخر بالأمر، وصارحه به. وأثناء المكاشفة علينا أن ننظر في

وجهه/ وجهها، وعيونه/ عيونها لنرى ردود أفعاله/ أفعالها؛ فقد تبدو عليه/ عليها علامات الارتباك والاضطراب والدهشة والمفاجاة لما يسمع/ تسمع منا. وقد تبدو عليه/ عليها أيضا علامات ضبط النفس والتماسك والهدوء. ولكل من هذه الاستجابات دلالاتها، فاكتشف هذه الدلالات ومدى صدقها أو زيفها.

6- لا تتعجل في الحكم عليه/ عليها في ضوء ردود الأفعال السابقة، بل تريث، وضعه/ ضعها في مواقف جديدة أخرى ذات صلة بالمواقف السابقة، وراقب تصرفاته/ تصرفاتها وأفعاله/ أفعالها، وأقواله/ اقوالها.

7- وفي ضوء كل ما جمعنا من معلومات، أو توصلنا إليه من استنتاجات علينا أن نقرر: إما أن نستمر في العلاقة، وإما أن نعمل على إنهائها.

ولا بد من التأكيد هنا: إن إنهاء العلاقة بسبب ما رأيناه منه/ منها عند هذه المرحلة من مراحل بنائها، أفضل بكثير من الاستمرار فيها على أمل أن يتغير/ تتغير في المستقبل؛ فمثل هذا الاحتمال ضعيف ولا يعوّل عليه.

ثانياً: البوح للآخر: تواصلٌ من نوع خاص

مفهوم البوح وتعريفه:

يشير مفهوم البوح عمّا في النفس (Self-Disclosure) إلى تلك العمليه الطوعية التي يفصح الفرد فيها الفرد عن بعض المعلومات الشخصيّة التي يعتبرها خاصة به، وسرًا من أسراره..

وتتضمن هذه العمليّة الكثير من المعلومات التي يعتبرها الفرد خطيرة وحسّاسة، وعلى قدر كبير من الأهمية بالنسبة له، كما تتضمن عملية البوح أيضا الافصاح عن كثير من تجاربنا الشخصيّة، وأفكارنا، وطموحاتنا، ومواقفنا، ومشاعرنا، وقيمنا، والأحداث التي حصلت معنا في الماضي، والأشياء التي نخطط لعملها في المستقبل[4].

ومن هذا المنطلق لا تُعدّ عمليّة البوح، مجرد عمليّة إعطاء معلومات عنا لآخرين؛ إنّها في جوهرها عمليّة تواصل، وتبادل بيننا وبين من تربطنا بهم علاقات حيمة (Intimate Relations): تواصل من نوع خاص يعبّر عن مدى المتانة، والعمق الذي يربط بيننا وبينهم. ورغم أننا قد نبوح أحيانا لبعض الناس غير الحميمين عن معلومات خاصة بنا، ورغم بعض المخاطر التي قد تنجم عن مثل ذلك، يبقى البوح عمليّة تعبر عن مدى عمق المشاعر بيننا وبين من نبوح لهم.

ويتفاوت الأفراد في مدى حاجتهم للبوح أو الافصاح عن مكنونات صدورهم. فبعضهم تكون هذه الحاجة عنده قوية لذا، نجده يبوح عن كل شيء يعرفه عن نفسه (Tells every thing)، أو عن الآخرين الذين باحوا له عن أسرارهم في يوم من الأيام. وقد تكون هذه الحاجة عند البعض الآخر من الناس ضعيفة للغاية، أي أن حاجتهم للبوح عما في نفوسهم متدنية. إنهم أشخاص يتصفون بالكتمان، والتحفظ على المعلومات، والأسرار التي بحوزتهم عن أنفسهم، وعن غيرهم. فهم لا يبوحون عن أي شيء مما لديهم إلا في حالات نادرة واستثنائية (Tells Nothing) وأما بقية الناس فتتراوح حاجتهم إلى البوح بين هذين الطرفين المتناقضين.

وتعد عمليّة البوح، في الحقيقة، عمليّة اختيارية متعمدة نفصح فيها للآخرين عما يدور في صدورنا، من مشاعر نعتبرها شخصيّة، لا نرغب أن يعلم بها أحد إلا ذاك الشخص الذي نبوح له عنها. ومن هذا المنطلق يعد البوح عمليّة شخصيّة صرفة، وبناءً على ذلك، فإن طبيعة المعلومات المفصح عنها، وكميتها، تعتمد في مجملها على الفرد نفسه. فما قد يعتبره بعضنا سرًا، أو أمرًا خاصًا به، قد لا يكون كذلك عند شخص آخر، والعكس صحيح.

فعلى سبيل المثال، قد يعتبر شخص ما أن سجنه لمدة سنة في أحد السجون لسبب أو لآخر أمراً خاصًا، لا يجب أن يبوح به. في حين نجد ان شخصاً آخر، قد يَعتبرُ مِثل هذا الأمر عملا بطوليا يجب التباهي به والإفصاح عنه. وقد يعتبر بعضهم، أيضا،

أن إعاقةَ أحد أبناء أسرته أمراً خاصاً، لا يريد أن يعرف عنه أحد، في حين أنَّ شخصا آخر لا يعتبره كذلك. فلا يمانع من الجهر به لأنَّ ذلك ليس بيده، بل بيد الله سبحانه وتعالى. وقد تعتبر فتاة طلاقها أمرا خاصا، لا تريد أن يعرف به أحد، في حين أن فتاة أخرى لا تنظر إليه بهذه السريّة، والخصوصية.

ويصرف النظر عمّا نعتبره خاصاً أو شخصيًّا، أو سرًّا، أو غير خاصٍّ، أو غير شخصيٍّ، فإن عمليّة البوح تبقى في حقيقتها، جوهرَ عمليّةِ الاتصال الثنائي؛ لأنها تعكس مدى علاقاتنا الحميمية بأولئك الذين نبوح لهم عن هذه الجوانب الخاصة بنا. فعندما يفصح شخص ما عما يدور في خَلَدِهِ لشخص آخر فهذا دليل على مدى الثقة، والود، والمحبة، التي يكنها له هذا الشخص. فإذا ما أبدى الشخص الذي نبوح له تفهما لهذا الإفصاح أو البوح، وقام هو بدوره في البوح عما في نفسه، فهذا دليل على أن عمليّة البوح بينهما أصبحت عمليّة متبادلة[5].

وأما إذا أفصح شخص ما مرة أو أكثر من مرة لشخص آخر عن أسراره، وبعض الأمور الخاصة به، ولكن الآخر لم يبادله ذلك، فعلى الشخص الأول التوقف عن البوح؛ لأن العلاقة بينهما غير حميمة بالقدر الذي تدفع الشخص الآخر للبوح. لذا، يعد الإفصاح المتبادل بين الأفراد، والبوح لبعضهما عما في نفوسهما من أسرار، ومعلومات، عاملا فاعلا، وقويا، ومؤثرا، في نمو العلاقات الحميمة بين الأشخاص، وتقويتها، وتمتينها. وأما البوح من طرف واحد، أو البوح غير المناسب فمن شأنه الإساءة إلى هذا النوع من العلاقات.

نظريات البوح

لماذا نفصح عن ذواتنا للآخرين؟ ولماذا يفصح الآخرون لنا؟ وكيف تتم هذه العمليّة بين الأفراد؟ تؤكد الدراسات في هذا المجال بأنه كلّما زادت ثقتنا بشخص ما زاد مقدار ما نفصح أو نبوح له من معلومات عنا. ويجب التأكيد هنا بأن الفرد هو

الذي يقرر ما يفصح أو لا يفصح عنه، كما بينا قبل قليل، أي أنه هو الـذي يميـز بـين الحقائق والمعلومات والأشياء التي يعتبرها خاصة به، أو سرا من أسراه، وبين تلك التي لا يعتبرها كذلك. وفي الحقيقة هناك ثلاثة نظريـات تفسـر لنـا لماذا نبـوح أونفصـح للآخرين، وكيف تتم هذه العمليّة بيننا وبينهم. وهذه النظريات الثلاثة، هي:

1- نظرية الاختراق الاجتماعيّ (Social Penetration)

2- نظرية المقارنة الاجتماعيّة (Social Comparison)

3- نظرية جوزيف وهاري (المعروفة بنافذة جوهاري)

نظرية الاختراق الاجتماعيّ:

تقوم نظرية الاخـتراق الاجتمـاعيّ، والـتي يتزعمهـا كـل مـن ألتمـان وتيلـور (Altman and Taylor)على فكرة جوهريّـة مؤداهـا أن عمليّـة البـوح عمليّـة تبادليـة للمعلومات بين فردين تتيح لكل منهمـا معرفـة الآخـر عـن قـرب، والإطـلاع علـى خفاياه، وخباياه[6]، وكلما اقترب كل منهما من الآخر أكثر، فأكثر، زادت عمليّة البوح في مقدارها، وفي نوعها. وهذا يعني أن كلا منهما يقوم بعمليّـة اخـتراق تـدريجي لعـالم الآخر الجوانيّ، حتى ينتهي بهما الأمر في الوصول إلى العمق المخفي والمخبـوء الـذي يحرص كل منهما على أن لا يراه أحد. ويشبه ألتمان وتيلور نظريّة الاختراق، والنفاذ في أثناء البوح المتواصل، والمستمر بين الأطراف بتلك العمليّة التي نقوم بها حين نقـوم بعمليّة تقشير رأس البصل قشرة قشرة، أو طبقة طبقة، حتى نصل إلى لُبّها[7].

ومن هنا يعد البوح عاملا مهما في تدعيم العلاقات الشخصيّة بـين الأفـراد؛ إذ تتطور هذه العلاقات في معظم الحالات من خلال عمليّة التـدرج في الاخـتراق علـى فترات متباعدة. ففي بداياته تكـون عمليّـة البـوح، أو الإفصـاح مختصـرة، ومحـددة في موضوع معين، ولكن مع تطور هذه العلاقة تتضاعف كميّة البوح، وتكثر موضوعاتها.

وعلينا أن نكون حذرين في هذه العمليّة، كما يرى المدافعون عن هذه النظريّة. فالبوح بمقدار كبير عن أنفسنا أكثر مما يتوقعه الآخرون منا، وكذلك بوحنا عن موضوعات معينة وخاصة بنا للغاية، قد يعرض العلاقة بيننا وبينهم للخطر. والشيء نفسه ينطبق عليهم أيضا. فبوحهم الزائد عن حدِّه لنا، وفي موضوعات خاصّة بهم، يجعلنا نُعيدُ النظر في علاقاتنا بهم، وفي دوافع افصاحهم بهذه الطريقة.

وهكذا، يجب أن نتدرج في عمليّة بوحنا، أو إفصاحنا، وَفقاً لتطور العلاقة بيننا، وبين الآخرين، وأن يكون هدفنا من هذه العمليّة، هو تدعيم العلاقة بيننا وبينهم، وليس مجرد البوح أو الإفصاح بحد ذاته، فلا نتيح لهم اختراق عالمنا الداخلي إلا بالقدر الذي يسمحون لنا باختراق عالمهم. وفي هذا المجال، يجب أن ننتبه إلى حقيقة بالغة الأهمية وهي أنَّ البوح عن الذات فيه بعض المخاطرة والمجازفة، وينجم عنه بعض الأذى والندم فإذا ما أردنا تجنب هذه المخاطرة، وهذا الأذى والندم فقد يكون من المناسب أنْ نبوح للطرف الآخر عن موضوع خاص بنا، ومن ثم نلاحظ ردة فعله قبل أن نبوح له عن موضوعات ذات أبعاد أخرى خاصة بنا[8]، فإن أبدى تفهّماً واضحاً، فلا بأس أن نفصح عن موضوع ثانٍ، وثالث؛ وأما إذا لم يبد تفهماً، ولم يقم هو بدوره بالبوح عن أشياء تخصه، علينا أن نتوقف عن عملية البوح.

المقارنة الاجتماعيّة:

يرى أصحاب هذه النظريّة أنَّ الأفراد ينخرطون في عمليّة البوح؛ ليقيّموا أنفسهم، وذلك بمقارنة حالتهم أو وضعهم بإزاء أمر ما بحالة غيرهم أو وضعهم[9] فنحن، كما يقولون، لا نعرف أنفسنا إلا حين نقارنها بغيرنا، من خلال ردود أفعالهم، أو استجاباتهم لنا، على ذلك الموضوع أو الأمر الذي نود معرفة أرائهم فيه. فمثلا قد نبوح للآخرين عن مستوى دخلنا الشهري، أو عن مستوى تقدم سير عملنا، أو عن مستوى المجازات أبنائنا في الجامعة... إلخ من الأمور الخاصة التي ننتظر من الآخرين أن

يجيبوننا عليها لمعرفة أين نقف منهم في هذه الأمور: هل نحن متقدمون عليهم؟ أم متخلفون عنهم؟. فبدون هذا البوح للآخرين عن هذه الأمور فلن يكون بمقدورنا، كما يقول أصحاب هذه النظريّة، معرفة حقيقة وضعنا.

فمثلا، قد يبوح أحد الطلبة لزميله عن الخوف الشديد الذي يحس به لأنه قام بعمليّة غش في مادة من المواد التي يدرسها ليرى ردة فعل زميله إزاء ذلك، وهل سبق أن قام بمثل هذا السلوك، وكيف كانت ردة فعل المعلم معه في هذه الحالة. وفي ضوء ما يأتيه من استجابات من زميله حول الموضوع يستطيع يقيّم وضعه أو حالته النفسية.

العوامل المؤثرة في عمليّة البوح

يتبين مما سبق، أنّ عمليّة البوح، والإفصاح عمّا في النفس، عمليّة تواصلية من نوع خاص، تعكس إلى حد بعيد طبيعة العلاقات الحميمة بين الأفراد. وهي من هذا المنطلق، تتأثر بعوامل كثيرة، حتى تأخذ مجراها الطبيعي بينهم. وأهم هذه العوامل والمتغيرات، كما يرى جوزيف ديفيتو ما يلي(10)

1- افصاح الأخرين عن أنفسهم (الافصاح المتبادل):

نقصد بالبوح أو الافصاح المتبادل، مدى التوافق بين طرفي العلاقة في عدد مرات الإفصاح، ودرجة الخصوصية، في المعلومات المفصح عنها؛ إذ يعد البوح أمراً متبادلا بين الأفراد، كما بينا في أكثر من مرة. وهذا يعني، أنّ نجاح هذه العمليّة يعتمد على مدى التبادل بين الطرفين في كميّة البوح. فالعلاقة التي يتم فيها الإفصاح من طرف واحد فقط، هي علاقة غير متوازنه، وليست حميمة كتلك العلاقة التي يتساوى فيها الطرفان في الإفصاح عن معلوماتهم الخاصة. ولا يتوجب على التبادل أن يكون فوريا، أي يأتي مباشرة بعد إفصاح أحد الطرفين للآخر.

وفي الحقيقة، نحن نفصح عن ذواتنا للأشخاص المهمين بالنسة لنا، وكذلك للأشخاص الذين نثق بهم ثقة كبيرة، والأشخاص الذين نودهم ونحترمهم ونحبهم. فالأشخاص الذين لا تربطنا بهم مثل هذه العلاقة سيشعرون بعدم الارتياح عندما نبوح لهم بمعلومات خاصة بنا؛ إذ إنّ إفصاح أحد الأطراف عن معلومات خاصّة به، دون أن يفصح له الطرف الآخر عن مثل ذلك، سوف يؤدي غالباً إلى عدم استمرار هذه العلاقة؛ لأنها علاقة غير متبادلة، وغير متكافئة أيضا. فعندما يفصح الفرد عن بعض المعلومات الخاصة لصديقه، فهو يتوقع منه أن يفعل الشيء نفسه. وبالمثل، فإن درجة المودة التي يكنها الفرد لصديقه، يجب أن تتوافق مع درجة الإفصاح التي يستخدمها الطرف المقابل في حديثه معه. وهذا ما يسمى بالتأثير اللولبيّ في البوح، إذ يكون الإفصاح عما في النفس لدى الشخص الأول الذي قام بالبوح، والإفصاح، بمثابة حافز للشخص الثاني؛ ليقوم هو بدوره بمثل ذلك.

2- عدد الأشخاص:

تتأثر عمليّة البوح بعدد الأشخاص الذين سيبوح الفرد أمامهم عن أسراره، والمعلومات التي تخصه شخصياً، أو تخص أسرار معارفه، أو أصدقائه. فقد يتردد الفرد، أو قد يحجم كليا عن البوح أمام عدد كبير نسبيا.

ويعود السبب الحقيقي في عدم بوح الفرد أمام هذا العدد من الناس إلى تلك المخاوف، والشكوك، والقلق الذي ينتابه جراء البوح أمامهم. وأما منبع هذه الشكوك، والمخاوف، فيعزى إلى صعوبة تنبؤ الفرد بردود أفعال هذا العدد من الناس، إزاء ما سيفصح لهم عنه. لذا يكون احتمال بوح الفرد أمام شخص واحد، أو اثنين أو ثلاثة، أعلى من احتمال بوحه أمام عدد كبير.

وفضلا عن هذا، فإن البوح أمام شخص واحد، أو شخصين، يسهل على الشخص المفصح التعرف إلى ردود أفعالهم إزاء ما أفصح ويسهُل عليه في الوقت نفسه

التعامل مع هذه الردود. ولكن الإفصاح أمام عدد كبير من الأفراد يجعل الفرد المفصح، في حيرة من أمره أمام ما قد يأتيه من ردود أفعال غير متوقعة من الآخرين إزاء ما أفصح به أمامهم.

3- طبيعة الموضوع المفصح عنه:

ليست الموضوعات جميعها على قدر واحد من الأهمية والخطورة عند الفرد. فبعضها من طبيعة مهمة وحساسة، وعلى قدر كبير من الأهمية، وبعضها أقل أهمية، وحساسية، وخصوصية، وبعضها الآخر يتراوح بين هذا وذاك. لذا، يحرص الفرد دوما على عدم الإفصاح عن الموضوعات المهمة، والحساسة، إلا لمن يثق بهم (كالموضوعات المتعلقة بالأمور الجنسية والأخلاقية والسياسية، وبعض الأمور المتعلقة بواقع الفرد الصحيّ، أو المرضيّ).

وأما الموضوعات الأقل أهمية، وحساسية، بالنسبة للفرد، فقد لا يتردد في البوح عنها، خاصة إن كان هذا البوح، أو الإفصاح، لا يترتب عنه مشكلات، أو أضرار، تسيء له، أو لعلاقته بالطرف الآخر (كهواياته وتفضيلاته للطعام وذوقه في اللباس، ومكان عمله.. إلخ). وهنا يجب أن لا ننسى ما كنا قد أكدناه في السابق، من أنّ الفرد المفصح هو الذي يقرر أي الموضوعات أهم من غيرها بالنسبة إليه.

4- النوع الاجتماعيّ (Gender):

أيّهما يبوح أكثر عما في نفسه أكثر من الآخر: الرجال أم النساء؟ تشير معظم الدراسات بهذا الخصوص بأنّ كلا الجنسين (الرجال والنساء) متساويان، في مجال الإفصاح السلبي عن النفس، وذلك خلافا للاعتقاد الشائع الذي يرى بأن النساء يبحن أكثر من الرجال. غير أنّ أسباب عدم بوح النساء تختلف عن أسباب عدم بوح الرجال. ومع ذلك هناك سبب رئيسي مشترك بينهم في عدم بوحهم وهو خوفهم من الصور السلبية- الخاطئة (Negative Image) التي قد يأخذها الآخرون عنهم.

اسباب عدم بوح الرجال عن انفسهم:

وأما أهم الأسباب التي تقف وراء عدم بوح الرجال، فقد لخصها الباحث لويس روزنفيلد (Rosenfeld 1979) بما يلي[11]

- الخوف من العواقب التي قد تعود عليهم جراء البوح
- الخوف من إظهار عيوبهم للآخرين بطريقة يخشون أن يظهروا عليها
- الخوف من أن يصبحوا عرضة للنقد والإستغلال في المستقبل من قبل أولئك الذين باحوا لهم عن أسرارهم وخفاياهم
- الخوف من أن يفقدوا صداقة زملائهم الذين اطلعوهم على أسرارهم.
- الخوف من أن يبدوا في موقف الضعف
- الخوف من إعطاء الآخرين صورة سلبيّة، تجعل الآخرين ينظرون إليهم نظرة بأنهم غير أسوياء.
- الخوف من أن يبدو مملين للآخرين، ومصدر ضجر لهم
- الخوف من أن يتخلى الآخرون عن صداقتهم.
- الخوف من التقديم الخاطيء للذات مما يؤثر على مركزهم الاجتماعيّ، أو الوظيفيّ.
- الخوف من اهتزار صورتهم في أذهان الآخرين، أو تغييرها.
- الخوف من أن يفقدوا سيطرتهم على الموقف، وأن تهتز تلك الصورة التي لديهم في أذهان الآخرين.

اسباب عدم افصاح النساء عن انفسهن:

وأما أهم الأسباب التي تسوقها النساء في ترددهن في عدم البوح عما في نفوسهن فلا تختلف كثيرا عن الأسباب التي ساقها الرجال، وبخاصة تلك المتعلقة

بالحفاظ على صفاء صورهنّ عند الآخرين، رجالا كانوا أم نساء. ومع ذلك تبدي النساء المخاوف الآتية[12].

- الخوف من استغلال المعلومات التي أفصحن عنها ضدهن في المستقبل.
- الخوف من أن ينظر الآخرون إلى البوح على أنه علامة من علامات الاضطراب النفسي والعاطفي عندهن.
- الخوف من أن يقود البوح إلى تخريب العلاقة مع الذين يفصحن لهم أو لهن.
- من أجل تجنب الأذى والرفض؛ حيث يشكل البوح نوعا من المجازفة، أي ان ردة فعل الآخرين تبقى أمراً غير مضمونة. فقد تُصدم النساء بردات فعل غير متوقعة من أشخاص يستغلون نقاط ضعفهن (أسرارهن). لذلك يفضل الكثير منهن التحفظ أوالصمت.
- من أجل تجنب الخلاف مع الآخرين والحفاظ على ديمومة العلاقة، وحمايتها من التدهور
- لا تفصح النساء حتى لا يقدمن دليلا يمكن استغلاله ضدهن في المستقبل.

5- العلاقة مع المتلقي:

تُعدّ طبيعة العلاقة التي تربطنا بالآخر الذي نبوح له عن أسرارنا ونطلعه عليها من أهم العوامل التي تؤثر على ما سنبوح به، وعلى مقدار ذلك البوح. ومع ذلك لم يجمع الباحثون في مجال الاتصال الثنائي على تحديد الصفات التي تتوافر بالأشخاص الذين نبوح لهم. غير أنهم متفقون على أنّ عمليّة البوح تكون أكثر عندما يكون الشخص الذي نفصح امامه محل ثقة؛ إذ تعتبر الثقة من أهم العوامل المشجعة على البوح. فنحن نفصح أمام من نثق بهم لأننا نأمن جانبهم ونتأكد بأنهم لن يفشوا أسرارنا أو المعلومات المتعلقة بنا.

وتُبيِّنُ الدراسات في هذا الخصوص أيضا أننا نفصح للأشخاص الذين نحبهم، بصرف النظر عن العلاقة القرابية التي تربطنا بهم. وبشكل عام، يتفق الباحثون بأننا نفصح للأشخاص الذين يتحلون بالصفات الآتية[13]:

- الجدارة بالثقة.
- التفهم لمشاعر الآخرين.
- الإستعداد للإستماع والإصغاء لما نقوله عن خبايا نفوسنا، وقبول ما يسمعون منا عن تجاربنا.
- التحلي بصفة التعاطف المشاعريّ.
- التشجيع على عمليّة الإفصاح.

وإذا ما توافرت هذه الصفات، أو بعضها بشخص ما فإننا سنبوح له، أو لها، ونحن مرتاحون وغير خائفين من عواقب هذه العمليّة.

إرشادات لتشجيع عملية البوح

عندما يبوح لك شخص ما عمّا في صدره من معلومات أو أسرار خاصة به، فهذا يدل على مدى ثقته بك، واحترامه وتقديره لك. وحتى تقوم بدور المتلقي المهتم على أحسن وجه، وتساعده على البوح، عليك أن تضع الاعتبارات الآتية في الحسبان[14]:

1- كن جديرا بالثقة التي تدفع الآخر وتشجعه على البوح أمامك.

2- تدرب جيدا على مهارات الاستماع والانصات الفعال.

3- نمّ مهارات التعاطف لديك.

4- تعلم دلالات الاتصال غير اللفظيّ ومعانيها.

5- اعمل على تقوية عزيمة المفصح على الافصاح.

6- حافظ على ما يفصح لك الآخرعنه.

7- لا تستغل ما يفصح لك الآخر عنه.

8 - عبر عن دعمك له أثناء البوح، وبعد الانتهاء منه.

9- امتنع عن تقييم ما تسمع، ولا تستخف أبدا، أو تستهجن ما تسمع منه. فمثل هذا التصرف منك سيدفعه إلى التوقف عن البوح.

10- ركز على ما يقوله لك، وبين له أنك تتفهم ما تسمع منه.

11- لا تحث المفصح على الافصاح أو تستعجله على ذلك.

12- اظهر له دعمك لما يقول بشتى الطرق (لفظيا أو جسديا)

وإذا ما أخذت بهذه الارشادت، وعملت بمقتضاها، فإن عمليّة البوح ستتم بشكل فاعل، بينك وبين من يفصح لك. وبذا تحقق هذه العمليّة أهدافها، وهي تعميق العلاقات الاجتماعيّة وتنميتها.

البوح: المخاطر والفوائد

إن كثيرا من الموضوعات التي يقوم الناس بالافصاح عنها هي افصاحات تكشف عن أمور حساسة، أو عن نقاط ضعف. وهي من هذه الزاوية قد تعود عليهم بالعديد من المخاطر أو النتائج غير المتوقعة. لذا يجب عدم التسرع في البوح أمام الآخر أو الآخرين.

مخاطر البوح:

1- مخاطر تتعلق بمستقبل الوظيفة أو العمل أو المهنة، إذا كان الموضوع الذي أفصحنا عنه يمس أحد هذه المجالات.

2- مخاطر تتعلق بمستقبل الحياة الأسرية والعائلية والاجتماعية والقرابية، إذا كان الموضوع الذي أفصحنا عنه يتصل بأحد هذا النوع من العلاقات.

3- استغلال الآخرين لما تم الافصاح عنه.

4- فقدان ثقة الآخرين بنا.

5- اهتزاز صورتنا عن أنفسنا.

6- تغيير صورة الآخرين عنا

7- عدم قابلية تغيير محتوى المعلومات أو الأسرار التي أفصحنا عنها للآخرين، أو التراجع عنها. فما صدر منا للآخرين لا يمكن إرجاعه، فقد قلناه وانتهى الأمر.

فوائد البوح ومزاياه

قد تبدو مخاطر الإفصاح أكثر ضررا على الفرد من فوائدها، والتجارب الشخصيّة لبعض الأفراد منا قد تدعم ذلك وتؤيده. غير ان الباحثين في مجال التواصل الاجتماعي يرون بأنّ الأخطار الناجمة عن عمليّة الإفصاح، لا تكمن في عمليّة الافصاح نفسها، بقدر ما تنجم عن عوامل أخرى، أهمها[15]:

- سوء اختيارنا للأشخاص الذين اخترناهم لنفصح لهم عن أسرارنا.
- عدم تقديرنا، أو سوء اختيارنا لطبيعة الموضوعات التي أفصحنا عنها.
- سوء اختيارنا للوقت الذي نبوح فيه.
- ضعف العلاقة التي تربطنا بالأشخاص الذين أفصحنا لهم.
- قِصَر عُمر هذه العلاقة التي تجمع بيننا وبين من أفصحنا لهم،
- ضعف الأسس المبنيّة عليها علاقتنا.

إن إحساس بعضنا بالمرارة، والخذلان، نتيجة عمليّة البوح، لا يجب أن يثنينا عن القيام بها؛ لأنها إذا ما تمت بشكل سليم، وراعت المحاذير السابقة، فإنها ستعود على الفرد بالفوائد الكثيرة. ويمكن تلخيص أهم ايجابيات هذه العمليّة مما يلي[16]

1- **معرفة النفس بشكل أفضل:**

من الفوائد العديدة للبوح والتي لا يدركها العديد من الناس هي أننا نبوح لكي

نزيد استبصارا ووعيا بذواتنا، وبذا نستكشف ذواتنا العمياء (نظرية جوهاري). فمن الأمور التي تصب في صالح عمليّة البوح هي أننا لا نستطيع معرفة ذواتنا بشكل أفضل إذا لم نقم بالبوح عن مكنونات صدورنا، على الأقل لشخص واحد نثق به ويحظى بتقديرنا ومحبتنا (نظرية المقارنة الاجتماعيّة). إن البوح، في الحقيقة، يجعلنا ننظر إلى أنفسنا من منظور جديد، ونعيد في الوقت نفسه تقييمنا لأنفسنا بشكل أفضل.

2- التنفيس عن النفس والحفاظ على الصحة النفسية:

في كثير من الأحيان تشكل الأسرار التي يحملها الفرد في داخله طاقة زائدة على صحته النفسية، قد لا يستطيع تحملها. لذا، عليه أن يتخلص منها. والبوح عن النفس هو إحدى هذه الطرق، أو الاساليب، فالفرد حين يبوح، أويفصح عن معاناته، يشعر بالارتياح، والفرج.

وتؤكد العديد من الدراسات في هذا الصّدد، أنّ البوح يساعد الفرد على التخلص من ضغوطات، وأعباء، أسراره، وخباياه. وإذا لم يقم بعمليّة تفريغ الطاقة الزائدة، فإن صحته النفسيّة، والجسدية، ستتأثر بشكل واضح. فالكتمان الزائد عن حده والتحفظ المبالغ فيه، يتحولان إلى توتر، وقلق، وضغط نفسيّ، يؤثر على أكثر من عضو من أعضاء الجسد (القلب، والكبد، والكولون، والمعدة، والرأس... إلخ).

وفي هذا الصدد، تقول الباحثة باتريشا ميدل بروك (Middlebrook) بأن: "عدم إفصاح الذكور عما في نفوسهم، يؤدي إلى رفع التوتر لديهم مما قد يؤدي إلى موتهم مبكرا"[17]. ويؤكد بول كوزبي (Cozby) ما ذهبت إليه ميدل بروك قائلا: "يتميز الأشخاص الذين يتمتعون بصحة عقلية إيجابية بأنهم يتميزون بمستوى عال من البوح عما في نفوسهم. أما الأشخاص غير المتكيفين بشكل جيد مع محيطهم الاجتماعيّ فيتميزون بقدر متدن ومنخفض من البوح عما في نفوسهم"[18].

وتؤكد دراسات عالم النفس جيمس بيبيكر(Pennyebacker) هذه النتائج؛ إذ نجده في هذا الصّدد يقول: إن الأشخاص الذين يفصحون عما في نفوسهم يكونون

أقل عرضة للأمراض؛ إذ يبدو أن البوح يحمي الجسم من التوترات المدمرة التي تصاحب التكتم عما في النفس[19].

ولقد تبين من الدراسات التي أجراها الباحثون عن الفوائد التي تعود على الشخص الذي يقوم بعمليّة البوح، بأنَّ هذه العمليّة تقوي من جهاز المناعة لديه، خلافا للأشخاص الذين يتكتمون، ولا يفصحون[20]. فقد تبين أن أجهزة المناعة لديهم أقل فاعلية؛ إذ إنَّ الجهد النفسي الذي يحتاجه الفرد للاحتفاظ بأعبائه النفسية، يبدو وكأنه يتفاعل مع التأثيرات الأخرى للأعباء، أو الصدمات مما يسبب توتراً مزدوجاً، أو ضغطا نفسيًا متعاظما، قد يؤدي إلى الإصابة بمجموعة من العلل، والأمراض.

3- تعميق العلاقة بيننا وبين الآخرين:

كنا قد أكدنا قبل قليل على أنَّ البوح عمليّة تبادليّة بين طرفين. وهذا التبادل هو مطلب أساسي تقتضيه عمليّة الكشف، والمصارحة. فأنت عندما تبوح لشخص ما فأنت تتوقّع منه أن يبوح هو أيضاً، ويكشف عن نفسه ويبادلك الحديث، والذي قد تتبعه إفصاحات أخرى بينك وبينه. وتتواصل هذه العمليّة التبادلية مما يؤدي إلى تمتين العلاقة وتقويتها بينكم (نظرية الاختراق الاجتماعيّ).

وقد أظهرت البحوث والدّراسات التي أجراها الباحثون بإن البوح المتبادل يقوي العلاقة بين الأفراد المفصحة ويجعلها علاقة ذات معنى. وفي هذا الصدد توصل الباحثان تريسي شميدث وراندولف كورنيليوس (Tracy Schmidt and Randolph Cornelius) إلى أنّه: إذا ما أردنا إقامة علاقة مثمرة وهادفة والحفاظ عليها فإن البوح هنا يعد مطلبا ضروريا لا غنى عنه. فبدونه لا يتم هذا النوع من العلاقة ذات المعنى الإيجابي والهادف[21].

4- زيادة فاعلية التواصل:

وبالإضافة إلى هذه الفوائد والإيجابيات لعمليّة البوح، تبقى هناك مزايا، وفوائد أخرى كثيرة، يجنيها الفرد جراء قيامة بعمليّة البوح، لعل أهمها تحسين قدرته على

التواصل، والتفاعل مع الآخرين. فالأشخاص الذين يبوحون لغيرهم يكتسبون خبرة عالية في التحكم بأنفسهم في أثناء البوح، ويكتسبون مهارات عالية في معرفة ما يفصحون عنه وما لا يفصحون. وبذا، يساعد الإفصاح على تحسين لغة التخاطب، والتفاعل مع الآخرين، لأننا سنفهم أنفسنا، ونفهم الآخرين أيضاً.

وهكذا، نجد أن عمليّة البوح عمليّة تواصل اجتماعي من نوع خاص تعبر عن قوة العلاقة التي تربط الأطراف المتواصلة مع بعضها من خلال عملية البوح. وهي من هذا المنطلق ضرورة ذاتية واجتماعية تعود علينا بفوائد عديدة، رغم ما قد ينجم عنها من مشكلات.

المراجع

(1)DeVeto, J(1989). The Interpersonal Communication Book. New York: Harper and Row Publishers.

(2)Berko,M. Andrew D. Wolvin ،and Darlyn R. wolvin (1989) Communicating: A Social and Carrer Focus. Boston: Houghton Mifflin Company.

(3) المرجع السابق.

(4) دوفيتو. (1989)، المرجع السابق.

(5)Green ،K and Valerian ،J Derlega,and Alicia Mathews (2006). " Self-Disclosure in Personal Relations" In: *Anita L. Vangelisti. The Cambridge Handbook of personal Relationship*. (eds) Cmbridge University Press: Cambridge.

(6)Altman ،I.,& Taylor ،D. (1987). Communication in interpersonal relationships: Social Penetration Theory. In *M. E. Roloff and G. R. Miller (Eds.) ،Interpersonal processes: New directions in communication research* ،257-277. Newbury Park ،CA: Sage

(7) المرجع السابق.

(8)Knapp, M., Laura Stafford,and John A. Daly. (1986) " Regrettable Messages: Things People Wish They Hadn't Said" *Journal of Communication. 36: 40-57*

(9)Hargie ،O. (2011). Skilled Interpersonal Interaction: Research ,Theory and practice. Rutledge: London.

(10) دوفيتو. (1989)، المرجع السابق.

(11)Rosenfeld. L. (1979). "Self- disclosure Avoidance :why I Am Afraid to Tell You Who I Am," *Communication Monographs*. 46: 63-74.

(12) دوفيتو. (1989)، المرجع السابق.

(13) المرجع السابق.

(14) المرجع السابق.

(15) دوفيتو. (1989)، المرجع السابق.

(16) كما وردت في ديفيتو. مرجع سابق

(17) كما وردت في ديفيتو. مرجع سابق

(18)Cozby,P (1973).Self –Disclosure: A Literature Review. *Psychological.no.79 Bulletin*.pp :73-91

(19) دوفيتو. المرجع السابق.

(20) المرجع السابق.

(21)Tracy,O .Schmidt and Randolph R.Cor nelius(1987) .Self-Disclosure in Every day Life . *In Journal of Social and Personal Relationships.No*. 4. pp.365-373

الفصل السابع

التقديم والعرض المؤثر

الفصل السابع

التقديم والعرض المؤثر

مقدمة

مبادئ التقديم المؤثر

مراحل التقديم المؤثر

أساليب التقديم المؤثر

التعامل مع المواقف الحرجة والمشاركين المزعجين

الفصل السابع

التقديم والعرض المؤثر

"أخبريني بما تودين قوله، ثم قولي ما

تريدينه، ثم ذكريني بما كنت قد قلته"

لويس كارول

مقدمة

يُلخص لويس كارول (L.Carroll) في روايته ذائعة الصيت أليس في بلاد العجائب، ببراعةٍ فائقة، وإيجاز دقيق خطوات العرض والتقديم الفعّال وذلك في الحوار الذي دار بين الملك وأليس(Alice)، وهي: المقدمة، وجسم الموضوع ثم الخاتمة. حيث تقتضي عملية التقديم والعرض الفعّال مهاراتٍ من نوع خاص، حتى نتمكن من تحقيق أهدافنا. ويعدُّ إقناع المتلقين والتأثير فيهم في مقدمة هذه الأهداف. فكما تعلم، فإن التقديم المؤثر هو العرض الذي يكون مقنعا وفاعلا وذا معنى عند الذين تعرض أمامهم.

وفي الحقيقة، فإن امتلاك الشخص الذي يقوم بعملية عرض المعلومات ليس كافيا لنجاحه في هذا العرض، بل لا بد له في الوقت نفسه من امتلاك مهارات الاتصال غير اللغوي حتى تمكنه من توصيل هذه المعلومات والأفكار إلى المتلقين. إن امتلاك الفرد لهذه المهارات هي التي ستساعده في أن يكون تقديمه مؤثراً وفاعلاً.

فما المهارات الاتصالية التي تتطلبها عملية التقديم؟ وما مبادئ التقديم المؤثر؟ وما مراحله؟

مبادئ التقديم المؤثر

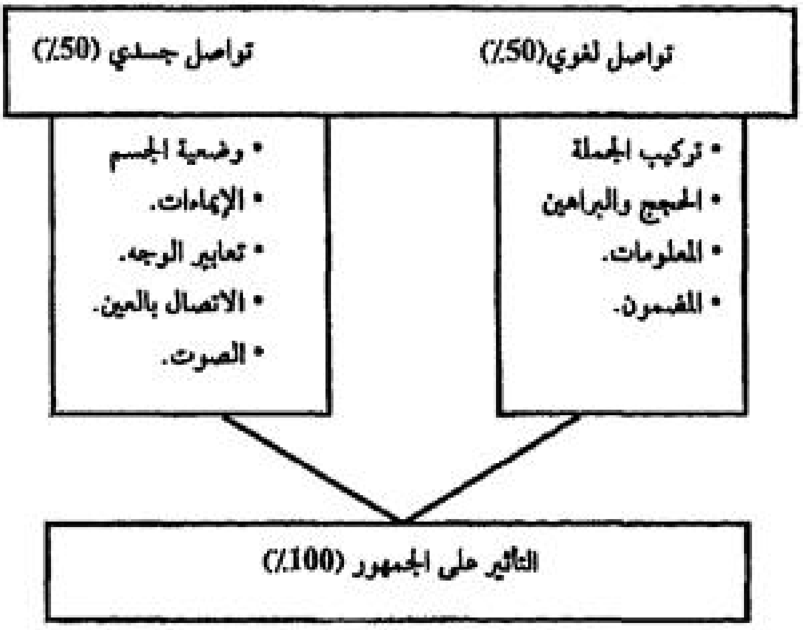
على المقدِّم الناجح أن يضع في اعتباره بأن التقديم المؤثر والفعال يستند إلى مبادئ معرفية ونفسية واجتماعية واتصالية معينة، إذا لم يأخذها بعين الاعتبار قبل أن يقوم بعرض موضوعه فقد يتعذر عليه تحقيق مبتغاه. إن التقديم المؤثر والناجح هو، في الحقيقة فعل أو عمل متوازن *(Balancing act)*[1]

1- توازن في تقديم المعلومات (تواصل لغوي).

2- توازن في طريقة استخدام الجسد أثناء التقديم (تواصل غير لغوي/ جسدي). (انظر الشكل 1).

الشكل (1)

فاعلية التقديم المؤثر



وفي ضوء معرفتك لهذه الحقيقة، عليك أن تلمّ إلماما كافيا بالأسس والمبادئ المعرفية وكذلك الجسدية التي ترتكز عليها عملية التقديم. وأهم المبادئ والأسس ما يلي:

المبدأ الأول: وفرة المعلومات

يرتبك الكثير من الناس ويحدث لديهم تشويش معرفي بسبب زخم المعلومات التي تقدم إليهم. لذا احرص على عدم زج مستمعيك بمعلومات كثيرة غير ذات صلة بالموضوع الذي تعرض له. أي ابتعد عن الوهم الذي يقع فيه الكثير من غير المحترفين ممن يقومون بعملية العرض والتقديم وهو إعطاء قدر هائل من المعلومات أثناء تقديمهم ظنا منهم أن ذلك يعكس سعة اطلاعهم ومعرفتهم بالموضوع وإحاطتهم بكل جوانبه. إن كثرة المعلومات، وخاصة البعيدة عن الموضوع تربك الجمهور المستمع إليك أكثر مما تفيده. وكذلك تفعل قلة المعلومات التي تعطيها عنه. وفي هذا الصدد يقول بعض الباحثين: من الأفضل لك أن تملك نصف المعلومات وتستطيع توصيلها بقدرة ودراية أفضل من أن تملك كل المعلومات ولكنك لا تستطيع توصيلها[2].

المبدأ الثاني: الانتباه والتركيز:

يتفاوت الناس في قدرتهم على الانتباه والتركيز. ويشكل عام فإن هذه القدرة قصيرة ومحدودة (Short Attention). كما أن قدرتهم على الاحتفاظ بها في ذاكرتهم هي أيضا قدرة محدودة وقصيرة (Span Retentions). فلا تزجهم وتكثر عليهم بالمعلومات، فقد ينسوها، أو يصعب عليهم استرجاعها وتذكرها. فالمستمع لا يتذكر كل شيء يسمعه منك أو تقدمه له، ولكنه ينتقي أو يختار ما يشد انتباهه وما يعجبه وذلك وفقا لمبدأ "التعرض الانتقائي" أوالاختيار الانتقائي" (Selective Exposure)

المبدأ الثالث: الإقناع والتأثير

الهدف النهائي لكل عملية تقديم هو الإقناع والتأثير في الجمهور وجعلهم يتعاطفون معك حول ما يسمعونه منك، إضافة إلى تزويدهم بالمعرفة والحقائق والبيانات التي جاءوا من أجل معرفتها والاستفادة منها. وإذا ما أردت أن تحقق هذا الهدف وتؤثر في الآخرين فعليك أن تأخذ الأبعاد الآتية بعين الاعتبار[3]

- هل يشد موضوعك بشكل كاف اهتمام الجمهور ويشبع فضوله؟

- هل طريقة عرضك للموضوع تلقى قبولا وآذانا صاغية لدى الجمهور؟
- هل ما تقدمه من معلومات للجمهور حول الموضوع تشبع الحاجات التي جاء من من أجل اشباعها؟
- هل المعلومات التي تقدمها للجمهور عن الموضوع تضيف شيئا جديدا له يمكن أن يستفيد منه مستقبلا؟

المبدأ الرابع: إدراك الجمهور

إن إدراك المتلقين لك ولما تقوله لهم أهم بكثير من إدراكك أنت لهم. أي كيف تبدو لهم وكيف يرونك؟ هل تبدو واثقا من نفسك؟ أم تبدو عليك مظاهر العصبية والارتباك والخوف؟ هل أنت مطّلع على ما تقول؟ إلى غير ذلك من الانطباعات التي يكوّنها المتلقون عنك قبل بدء عملية العرض وأثنائها وبعدها. إن الانطباعات التي يأخذها عنك هؤلاء المتلقون تؤثر على عملية إدراكهم لما تقوله، وفهمهم لما يسمعون منك، ومتابعتهم لتقديمك، والتأثير الذي يتركه تقديمك واقتناعهم بما تعرض عليهم فاحرص دائما على إعطاء المتلقين انطباعات إيجابية عنك، وبخاصة الانطباعات المتعلقة بالثقة بالنفس وضبط النفس والتمكن مما تعرضه أو تقدمه لهم. إن التقديم المؤثر هو الذي لا يشعر المتلقين بالملل والضجر. لذا، عليك أن تحب المتلقين الذين تعرض أمامهم. فإن فعلت، فسيبادلونك ذلك، وإذا ما استمتعت بوقتك فسوف يستمتعون همْ أيضا بوقتهم. وأما إذا ما تعاليت عليهم فلن يتفاعلوا معك ولا مع الموضوع الذي تعرضه أمامهم. وبذا تكون قد أخفقت في تحقيق أهدافك.

المبدأ الخامس: إن كل تقديم مؤثر ينبغي أن يلتزم بالشروط والأسس الآتية[4]:

أ. استقطاب انتباه الجمهور ومتابعة العرض (Attention getting)

ب. أن يكون التقديم جديرا بتذكر المتلقين له بعد الانتهاء منه (Memorable)

ج. أن يكون التقديم ذا مغزى أو معنى (meaningful)

د. أن يكون التقديم قادرا على تنشيط الجمهور (Activating)

المبدأ السادس: عدم التعالي على المتلقين

لا تتعالى على المتلقين الذين تقدم عرضك أمامهم. فإن فعلت ذلك فكأنك تدفعهم دفعا لأن يصمّوا آذانهم وفكرهم وقلوبهم عنك وعن حديثك. وأما إن أحببتهم فسيبادلونك الشعور نفسه..

المبدأ السابع: التمييز بين الإلقاء وبين التقديم

هناك فرق كبير بين عملية إلقاء خطاب أمام الجمهور (Public Speech) وبين عملية التقديم أو العرض من حيث منحى كل منهما من جهة، ومن حيث الاستجابة المتوقعة من كل منها من جهة أخرى:

- تركز عملية العرض والتقديم بشكل رئيسي على الجمهور (Audience – oriented)، في حين يكون التركيز في عملية إلقاء الخطاب على المتحدث أو الملقي نفسه (Speaker- Oriented).
- تركز عملية التقديم على القيمة التي سيحصل عليها المتلقون(Value)، وبأن هذه القيمة ستكون إضافة نوعية لمعارفهم وخبراتهم، وبأنها ستكون إطارا معرفيا ومرجعيا يمكن العودة إليه في المستقبل؛ في حين يركز ملقي الخطاب على المتعة والتسلية والترفيه (Entertainment) أكثر من تركيزه على القيمة[5]

مراحل التقديم المؤثر

تمرّ عملية التقديم والعرض بثلاث مراحل أو خطوات متداخلة، كل خطوة منها مهمة لتحقيق هدفك النهائي وهو التأثير بالمتلقين وإقناعهم بوجهة نظرك.:

المرحلة الأولى: ما يتوجب عمله قبل التقديم.

المرحلة الثانية: ما يتوجب عمله عند التقديم.

المرحلة الثالثة: ما يتوجب عملع بعد الانتهاء من التقديم.

المرحلة الأولى: ما يتوجب عمله قبل التقديم

وهي مرحلة طويلة جدا، وتأخذ نصيب الأسد من عملية التقديم، وعليها يتوقف نجاحك إلى حد كبير. إنها مرحلة الاستعداد والتحضير للعرض بكل تفاصيله. وتشتمل على تحديد أهدافك التي تسعى إليها جراء قيامك بهذا العرض، ووضع النقاط الرئيسية للموضوع، وجمع المعلومات الكافية عنه، وكذلك جمع المعلومات الكافية عن المتلقين الذين ستعرض أمامهم. وفيها يتم أيضا تحديد أسلوب العرض الذي ترتأي أنه يناسب موضوعك وأهدافك وكذلك المتلقين.

وفي هذه المرحلة أيضا يتم وضع خطة للطريقة التي ستعرض بها موضوعك، ووضع تصور مسبق للافتتاح، وتحدد نوع المقدمة التي ستبدأ بها حديثك، وتحدد شكل الخاتمة التي ستنتهي بها العرض. كما أنها مرحلة يتم فيها تحديد الوسائط المتعددة (Multi Media) التي ستستخدمها في العرض، ووضع تصور مسبق لكيفية تعاملك مع المواقف الحرجة والأشخاص المزعجين الذين قد يسببون لك بعض المضايقات والإحراجات بأسئلتهم غير الموقعة والبعيدة عن الموضوع.

وينصح العديد من الدراسين المهتمين بتحديد ما يتوجب عمله في هذه المرحلة أن يتفقد الشخص الذي سيقوم بعملية العرض المكان الذي سيعرض فيه من حيث مدى ملاءمته للعرض(تهوية، إنارة، تكييف، تبريد، عدد المقاعد، وطريقة ترتيبها) وإذا لم يتمكن من ذلك لسبب أو لآخر فينصح بذهابه قبل موعد عرضه وتقديمه بوقت كاف للوقوف على مدى جاهزية المكان قبل قيامه بعملية التقديم.

إن هذه المرحلة في الحقيقة هي أهم مراحل التقديم؛ لأنها معنية بالتخطيط الدقيق والاستعداد والتحضير لكل ما ستقوم به من تقديم وعرض. بمعنى آخر تتعلق هذه المرحلة بالمهارات والمبادئ التي يتوجب عليك معرفتها قبل أن تقوم بعرض

المقدمة:

ولكن قبل أن نتحدث عن ما ينبغي قوله في المقدمة دعنا نتطرق إلى جزء مهم في تصميم العرض قلما ينتبه إليه الأشخاص الذين يقومون بعملية العرض والتقديم الا وهو الجزء المتعلق بما يسمى "ما قبل البدء" بالعرض ويسمى "المفاجأة". صحيح أن المفاجأة ليست من عناصر العرض الأساسية غير أن المهتمين بموضوع العرض والتقديم ينصحون بضرورة استخدامها قبيل بدء العرض، من أجل جذب انتباه الجمهور وشده والعمل على توقد ذهنه إلى ما ستعرض له بعد قليل. وفي هذا الصدد هناك عدد وافر من أنواع المفاجآت[6]

أ- المفاجأة التقليدية: قدّم للعرض بعبارة أو عبارتين مثيرتين.

ب- مفاجأة "التخيل": خاطب الذاكرة المشتركة (لعلكم جميعا تذكرون عندما. . .)، أو ستحضر موقفا افتراضيا (تخيلوا أن. . .)، أو استخدم استعارة "تصوروا أن هذا إلخ، أو قُم برواية قصة وثيقة الصلة بالموضوع (ذات مرة. . .).

ج- المفاجأة الغامضة: إخف افتتاحيتك بواسطة إشارتين أو ثلاث إشارات غامضة على رسالتك.

د- مفاجأة المشاركة: إسأل سؤالا أو اطلب متطوعا ليفعل شيئا ما أو يقول شيئا ما.

هـ- المفاجأة المثيرة: استخدم وسيلة مساعدة بارعة، أو استخدم عبارة إيحائية مثيرة، أو صورة أو مشهدا هزليا مرئيا، أو قص حكاية ضاحكة، وليس على شكل نكات.

وهكذا يتضح لك أهمية المفاجأة، وما عليك إلا أن تختار واحدة منها تتناسب مع نمط شخصيتك، ونوع الجمهور، وطبيعة الموضوع الذي تعرض له.

والآن، دعنا ننتقل إلى المقدمة وما يتوجب على المقدم أن يعمله فيها. إن المقدمة الجيدة والمثيرة هي خريطة طريق لموضوعك الذي تعرض له أمام الجمهور. أي أنها

توضح له طبيعة هذا الموضوع ومجاله. كما أنها تبين لهم أهدافه الأساسية، والنتائج المتوقعة منه. وتتكون المقدمة من عناصر عديدة، هي:

- تحية الجمهور إما بطريقة دينية (السلام عليكم) أو بطريقة اجتماعية (مرحبا، صباح الخير، مساء الخير إلخ من التحايا التي نقولها في مجتمعاتنا العربية.
- تقديم النفس: إذا لم يكن هناك من يقدمك فقدم أنت نفسك: من أنت؟ وما تخصصك؟ وما مركزك أو وظيفتك.
- عنوان الموضوع ومجاله.
- الزمن الذي سيستغرقه العرض (إن لم يحدده الشخص الذي يقدمك).
- محتوى العرض.

وتتوافر في المقدمة خصائص عديدة، في الحقيقة، حتى تكون ناجحة ومؤثرة. وأهم هذه الخصائص ما يلي:

- مدى قدرتها على جذب انتباه المستمعين
- مدى كسرها للحواجز وإذابتها للجليد بينك وبين الجمهور.
- مدى قدرتها على جعل المستمعين يدركون أهمية موضوع العرض.
- مدى قدرتها على تحسيس الجمهور بحاجتهم إلى المعلومات التي سيتناولها العرض، والفائدة التي ستعود عليهم منه.
- مدى قدرتها على تشويق الجمهور للموضوع وشده إليه.

صلب الموضوع:

إن العرض المؤثر هو الذي تكون فيه النقاط الأساسية قليلة ومركزة، ولا تشوش انتباه الجمهور ومتابعته لما تقول، ولا تحرفه عن رؤية أهداف العرض. لذا، اجعل العرض يشتمل على النقاط الأساسية التي تدعم الرسالة الرئيسية والهدف المحوري من العرض. فبعضهم، كما بيّنا قبل قليل، يميل إلى إعطاء الجمهور معلومات

كثيرة وغير ضرورية. وهذه خطأ فادح؛ حيث يظن هؤلاء أن كثرة المعلومات التي يمطرون بها الجمهور من شأنها أن تعمل على انبهاره بثقافتنا ومعرفتنا، وخلق انطباع لديه عن سعة اطلاعنا ومعرفتنا بالموضوع.

وبالإضافة إلى ما سبق، يتطلب التقديم الفعّال أمثلة، أو مثالا على ما تقدم من معلومات وحقائق تخص كل نقطة من النقاط الأساسية التي يشتمل عليها العرض الذي تقوم به، بحيث يرتبط هذا المثال، إن أمكن، بخبرات المشاركين ليساعدهم على التذكر.

الخاتمة أو نهاية العرض

بعد أن أنهيت من عرض الأفكار الرئيسة للموضوع، أي انتهيت منه كليا، قم الآن بتلخيص أهم النقاط الأساسية فيه، وقم بتلخيص موجز للرسائل السابقة التي تود أن يتذكرها الجمهور. وإذا ما فكرت بالأمر، فستجد أن كل عرض أو تقديم فعّال ينتهي بموجز سريع يساعد الجمهور على تذكر أهم النقاط التي تم عرضها.

وقد يتطلب منك الأمر تلخيص النقاط الأساسية في نشرة موجزة بحيث توزعها على الجمهور. وإذا فشلت في تلخيص ما قلته، فإنك في حقيقة الأمر تخاطر باحتفاظ الجمهور برسالتك في ذاكرتهم. ولا تنسَ المبدأ الذي عرضنا له في البداية حين أكدنا بأن العرض المؤثر هو الذي يتم تذكره. ويقوم هذا الجزء من أجزاء العرض (التلخيص) بقدر كبير من هذه الوظيفة.

وفي نهاية عرضنا للأجزاء التي يتكون منه العرض المؤثر دعنا نلفت نظرك إلى ما يغفل الكثير عنه ممن يقومون بعملية العرض والتقديم وهو أن تنهي كلامك بمفاجأة[7] فمثلما بدأت عرضك بمفاجأة استهلالية اختتمه أيضا بمفاجأة ختامية، وإذا أمكن، اجعلها مرتبطة بالمفاجأة الافتتاحية. ولكن لسوء الحظ لا يقدر الكثير من الذين يقومون بعملية العرض أهمية هذه المفاجأة الختامية، تماما مثلما لم يقدّروا أهمية المفاجأة في بداية التقديم؛ إذ نجد الكثير من عمليات العرض لا تنته بمفاجأة، وإنما

بمطالبة الجمهور بطرح ما لديهم من أسئلة، أو بالاعتذار، أو بشكاوى أخرى. لذا، احرص أنت على تفادي هذا الخطأ.

ثانيا: طريقة التواصل مع المتلقين بواسطة الجسد:

1- المظهر العام:

إن مظهرك الذي تبدو عليه أمام الجمهور والملابس التي ترتديها يعدّ عاملا مهمّا من العوامل الأخرى التي تؤثر على المتلقين الذين تعرض أمامهم؛ فقد تكون متمكنا حقا من معلوماتك التي تعرض لها، ومع ذلك فإنك إن لم تنتبه إلى مظهرك الذي تبدو فيه فقد يكون تأثيرك محدودا. لذا ارتدِ ملابس لائقة ومناسبة بحيث لا تجذب انتباه الجمهور بعيداً عن موضوعك، أي ابتعد عن الألوان الصارخة المشتتة للانتباه. لذا ارتدِ ملابس بمستوى ملابس جمهورك أو أفضل منها قليلاً. فإذا كان جمهورك يرتدي ملابس رسمية فعليك بارتداء الملابس الرسمية. وإذا كنت تتحدث في مكان غير رسمي والجميع يرتدي ملابس غير رسمية فلترتدِ الملابس غير الرسمية. وإذا كنت تتحدث لأصحاب بنوك أو محامين فارتد أفضل ملابسك.

2- الصوت

إن القاعدة الأساسية هي أن تتحدث بصوت يسمعه الجمهور بوضوح؛ لذا انطق الكلمات بأقصى درجة من الوضوح، وأخرج الحروف من مخارجها على أن تأخذ في الاعتبار حجم المكان الذي تتحدث فيه، وهل تستخدم مكبّرًا للصوت أم لا، وهل يوجد ضوضاء تطغى على صوتك. كما يجب أن تراوح في حجم صوتك؛ فقد ترفع منه لتؤكد نقطة مهمة، وأحيانًا تخفض منه لجذب انتباه الجمهور. وأما فيما يتعلق بسرعة إلقائك فحاول أن تضبط سرعتك في الحديث لتلائم الوقت المتاح لك، وعليك ألاّ تتكلم بسرعة تتداخل فيها الكلمات، فيصعب تمييزها وفهمها، ويمكن أن تبطئ في نطق كلمة أو جملة معينة، ترى أنها ذات أهمية في التأثير على الجمهور[8] وعليك أن تعمل على تنغيم صوتك ليساعد المستمعين على فهم معنى ما تقول.

ويمكن تلخيص ما قيل بالنسبة لصوتك أثناء العرض بما يلي:

- الصوت المرتفع: اجعل صوتك يصل إلى نهاية القاعة.
- البيان والوضوح: لا تلفظ الكلمات بشكل سطحي.
- التنوع والتغيير: قم بتغيير نبرة صوتك وطبقته.
- طريقة النطق: انتبه للتوكيدات المتعلقة بالنبرة؛ وراجع الكلمات الصعبة؛ واحذر إساءة استعمال الألفاظ.
- طريقة اللفظ: التوكيد، والمقاطع المشددة.
- السرعة: استخدم سرعة الإلقاء العادية لكي تؤثر في الجمهور؛ والإلقاء السريع لكي تثيره وتلهمه؛ والإلقاء البطيء من أجل التأكيد، وإثارة الرهبة، والسيطرة.

3- حركات الجسم والعين:

إن مستمعيك لا يستمعون إلى ما تقوله لهم بلسانك فقط بل ما تقوله حركات جسمك أيضا. فهم يبحثون عن مدى التناغم والتوافق بين ما تقول من كلمات منطوقة وما تقوله حركات جسدك. فاحرص على هذا التناغم والتوافق. ومع أننا لا نريد تكرار ما قلناه عن أهمية التواصل عبر حركات الجسد ودلالاتها المختلفة وبخاصة العين وتوزيع النظرات على المشاركين جميعهم، لأننا وضحناه لك بشكل مفصل في فصل خاص، غير أننا نريد أن نؤكد عليك مجددا بأن الاتصال مع الجمهور يبدأ بالوجه قبل اللسان. أي أن الجمهور يقرأ تعابير وجهك ولغة عينيك مثلما يقرأ لغتك اللفظية. فاحرص على أن تكون تعابير وجهك مريحة، ووجهك بشوشا ومرتاحا. فإن لم تبدُ ودوداً، وإن لم تتواصل مع جمهورك بالعين، وإن لم تتحدث مع هذا الجمهور، فإن الجمهور لن يستمع لك. وحتى تتجنب الظهور بمظهر المشتت العصبي انتبه لحركات الجسد الآتية غير اللائقة والتي يقع الكثير فيها:

- الطرق بالأصابع على المنصة.

- إطالة النظر في السقف أو في الأرض أو في الأوراق التي أمامك.
- العبث بعملات معدنية في جيبك.
- التحسيس على شعرك أو شاربك أو لحيتك أو ربطة عنقك.

أساليب التقديم المؤثر

هناك أربعة أساليب للعرض والتقديم متعارف عليها لدى العديد من الباحثين المهتمين بعملية التقديم المؤثر والعرض الفعال. ويختلف استخدام كل أسلوب من هذه الأساليب من متحدث إلى آخر حسب قدرات مقدم العرض، وحسب الجمهور، وطبيعة الموضوع الذي نعرض له. وفي ضوء ذلك اختر الأسلوب الذي يناسب جمهورك، أو يناسب طبيعة الموضوع. وبصرف النظر عن الأسلوب الذي تختاره عليك أن تعلم بأن سلوب العرض الذي ستختاره يحدد إلى حد بعيد نجاحك أو فشلك في توصيل رسالتك وتحقيق أهدافك. فاحرص على انتقاء هذه الأسلوب في ضوء الخصائص الآتية لكل منها[9]

الأسلوب الأول: القراءة من نص مكتوب	Manuscript or Reading Mode
الأسلوب الثاني: الحفظ عن ظهر قلب	Momorizing Mode
الأسلوب الثالث: الفورية والتلقائية	Impromptu Mode
الأسلوب الرابع: الارتجال	Extemporaneous Mode

أسلوب القراءة من النص

وهو من أسهل طرق تقديم الموضوعات، إذ أنه يضمن عدم نسيان نقاط معينه فى الحديث، لأن الشخص الذي يستخدمه يقرأ موضوعه من خلال نص مكتوب تم التمرن عليه مسبقاً. ويستخدم هذا الأسلوب رجال السياسة إذا ما كان هناك من سيقتبس كلامهم أو يستشهد به، كما يستخدمه أيضا رجال الدين، وبعض أساتذة

الجامعات، ويقوم الرؤساء عادة بإلقاء العديد من الخطابات السياسية بهذا الأسلوب، وكذلك مديرو المؤسسات والشركات الكبرى. ويكون استخدام هذا الأسلوب ضروريا في بعض الحالات فقط، وخاصة الحالات والمواقف التي تم ذكرها. ويضمن هذا الأسلوب عدم نسيان المقدم أو العارض أي كلمة من النص، كما أنه يعزز ثقة الشخص الذي يعرض بنفسه.

وحين تقرر استخدام هذا الأسلوب، قم بكتابة النص بشكل متقن خال من الأخطاء اللغوية والطباعية والتركيبية، وهذا يحتاج لوقت طويل من التحضير والتحرير والتنقيح والمراجعة إلى أن يصبح العرض بحالته النهائية. وإذا لم تبذل وقتاً للتمرن على إلقاء النص بطريقة سلسة مع الانتباه لأماكن التوقف، وللاحتكاك البصري مع الجمهور، فعندها لن تكون مقدما أو عارضا ناجحا وفعّالا.

متى تستخدم هذا الأسلوب:

- حين تكون هناك قضايا أو مسائل ذات بعد قانوني.
- حين تكون وسائل الإعلام حاضرة أثناء العرض.
- حين لا يكون هناك وقت كاف لتحضيرك للعرض والتدرّب عليه.

مزايا هذا الأسلوب:

- يزيد من ثقتك بنفسك أثناء التقديم.
- يتناسب مع الوقت المحدد لك للإلقاء.
- التمكن من استخدام اللغة بشكل جيد.

سلبيات استخدام هذا الأسلوب:

- يقلل من فرصة الاتصال بالعين مع الجمهور بسبب اندماج المقدم بالقراءة والاستغراق فيها، فلا يتيح له فرصة ردود أفعال الجمهور على ما يقدمه أو يعرض له.

- يقلل من فرص استخدام لغة الجسد؛ إذ يفقد مستخدمه التواصل بلغة العين التي هي قلب عملية التواصل مع الجمهور.
- يجعلك تشبه الإنسان الآلي.
- قد يجعلك تفقد إحساسك بالمكان لعدم التفاتك إلى الجمهور.

الحفظ عن ظهر قلب

وهو تقديم النص بالاعتماد على الذاكرة، أي حفظه غيبا وعن ظهر قلب. وهذا الأسلوب مناسب لحالات نادرة. ويؤدي هذا الأسلوب إلى عرض مريح لأن المتكلم يركز فقط على سلوكه وحركات جسده وليس على النص المكتوب. إنه أسلوب يتطلب تدريبا كبيرا على استخدامه، كما أنه يسمح باستخدام الاتصال الجسدي بشكل كبير وواضح.

متى تستخدمه:

نستخدم هذا الأسلوب حين تكون مدة الإلقاء قصيرة، بحيث تكون قادرا على استرجاع المعلومات التي تحفظها عن الموضوع.

مزايا هذا الأسلوب:

- يبهر الآخرين ويجعلهم معجبين بك كل الإعجاب.
- يعطيك إحساسا بالراحة والاسترخاء.
- يجعل عرضك يبدو غير رسمي وأقرب ما يكون إلى المحادثة.

سلبيات هذا الأسلوب:

- يجعلك عرضة لهفوات الذاكرة والنسيان الذي يصيب الذاكرة في كثير من الأحيان.
- يمكن أن يخلق حالة من عدم الارتياح لدى بعض أعضاء المستمعين.

- قد يجعل منك عارضا أو مقدما غير محترف خاصة إذا لم تكن لديك معلومات كافية عن الموضوع.
- من الصعب على الجمهورأخذ ملاحظات دقيقة من عرضك.

العرض بشكل فوري وتلقائي

إنه أسلوب يتسم بالعفوية، أي أنه وليد لحظته، كأن يطلب منك مديرك أو رئيسك دون تخطيط مسبق أن تقوم بإعطاء عرض موجز أمام مجموعة من الزائرين الذين جاءوا إلى الشركة[10].

متى تستخدمه:

يتم استخدام هذا الأسلوب حين تقتضي الضرورة أو الحاجة بأن تقوم بعرض ما طلب منك إليك تقديمه في الحال دون أن تكون مستعدا لمثل ذلك، ودون أن يكون لديك خطة مسبقة لما ستعرض له، مما يجعل عرضك أشبه بالعملية الفورية وغير الرسمية.

مزايا هذا الأسلوب:

- يعطيك إحساسا بالراحة والاسترخاء.
- يجعل عرضك يبدو غير رسمي وأقرب ما يكون إلى المحادثة.

سلبيات هذا الأسلوب:

- قد يجعل منك عارضا أو مقدما غير محترف خاصة إذا لم تكن لديك معلومات كافية عن الموضوع.
- يمكن أن يجعل من عرضك عرضا غير دقيق لأنك غير مستعد أصلا له.
- من الصعب على الجمهور أخذ ملاحظات دقيقة من عرضك

الارتجال في العرض

قد يبدو للوهلة الأولى بأن هذا الأسلوب يقوم على الارتجال؛ فالشخص الذي يعرض لموضوعه أمام الجمهور لا يبدو عليه أنه يقرأ من النص، ولا يعيد النص من الذاكرة، ولا يرتجل عرضه بشكل فوري وتلقائي كما في الأساليب السابقة، وإن بدا للوهلة الأولى بأنه هكذا.

إنه ارتجال مبني على التحضير المسبق، والمعدّ له بعناية، والمحضر له تحضيرا جيدا إلى الحد الذي يجعل صاحبه يبدو وكأنه يرتجل موضوعه ارتجالا. ومع ذلك يستعين مقدم العرض ببعض النقاط الرئيسه (رؤوس أقلام) المكتوبة أمامه بطريقة غير لافتة للنظر، يعود إليها إذا ما احتاجها. ويعدّ هذا الأسلوب أفضل الأساليب التي تلائم مزاج الجمهور، لأنه موجّه إليه أصلا (Audience- centered). لذا، فإننا نجد العديد من المهتمين بأساليب العرض والتقديم، وفي مقدمتهم، جامبل وجامبل، يفضلونه على بقية الأساليب ويوصون باستخدامه بسبب تركيزه على الجمهور، الذي هو في الأصل محور عملية العرض والتقديم كما بينا في مقدمة هذا الفصل حين وضّحنا المبادئ التي يقوم عليها العرض[11].

متى تستخدمه:

- نستخدم هذا الأسلوب حين يكون لدينا وقت كاف للتحضير والتدريب مسبقا على ما سنقوم بعرضه.

مزايا هذا الأسلوب:

- بإمكانك تدوين ملاحظات.
- بإمكانك تكييف عرضك لينسجم مع طبيعة الجمهور المتلقي.
- يوحي بالتلقائية.
- يشجع الجمهور على التفاعل.

- يسمح بالاتصال غير اللفظي وخاصة الاتصال بالعين.
- يخلق حالة من العرض الديناميكي.

سلبيات هذا الأسلوب:

- بحاجة إلى جهد كبير ومكثف في التحضير والتدريب
- قد يسرق الوقت جزء من تحضيرك لما ستقول
- قد تكون بعض مفرداتك غير دقيقة
- قد تنسى بعض النقاط أو الأفكار

المرحلة الثالثة: ما يتوجب عمله بعد الانتهاء من التقديم

تتعلق هذه المرحلة المهمة بالمهارات التي تتطلب كيفية تعاملك وإدارتك للأسئلة التي ستتعرض لها من قبل المتلقين وإدارتك للموقف العام والتعامل مع الأشخاص الذين قد يحرجونك بأسئلتهم. فمعظم أسئلة المشاركين ليست أسئلة فعلية. إنها محاولات لجذب الانتباه. فإذا كان السؤال واحدا من تلك الأسئلة الاستفهامية النادرة الحقيقة، فأجب عنه بإيجاز. وإذا لم يكن كذلك، فافعل ما يلي:

- أعد على صاحب السؤال ما فهمته من سؤاله: (إذا كنت قد فهمت سؤالك بشكل صحيح، فإنك تسأل عن...). وفي ضوء إعادة صياغة سؤاله، أجب عن السؤال، أو انحرف عنه وذلك بتوجيهه إلى المتلقين:"ما رأيكم في ما يقول السائل المحترم؟" أو قم بتوجيه السؤال إلى أحد الأفراد من المتلقين ممن تعرفه، وذلك كما يلي: "أعتقد أنك خبير في هذا الشأن يا فلان. فما رأيك بالسؤال الذي سأله الزميل الكريم؟"

التعامل مع المواقف الحرجة والمشاركين المزعجين

هناك أنماط عديدة من البشر، ويقتضي كل نمط منهم معاملة خاصة. ولكننا هنا

سنقتصر على أنماط الأشخاص الذين هم أكثر حضوراً في مناسبات العرض والتقديم كتلك التي تمارسها أو تقوم بها أنت. ومن أكثر هذه الأنماط تواجداً، هم ما يلي[12]:

المتحدّي بالأسئلة:

- ربما كان يشعر بعدم الأمان.
- يشعر بالرضا من خلال إزعاج الآخرين وإثارتهم
- عدواني ومجادل.

ماذا تفعل معه:

- لا تغضب أبداً.
- ابحث عن نقطة لها وجاهتها في حديثه، وعبر عن اتفاقك معه في شيء ما، ثم تابع حديثك.
- ترقب أن يخطئ في حقيقة ما، ثم حوّل المسألة إلى المجموعة للرد والتصحيح.

المتحدث كثيراً:

- متحدث متحمس/ ثرثار.
- محب للظهور وجذب الانتباه.
- مثقف ومطلع وشديد الرغبة في إظهار ذلك

ماذا تفعل معه:

- انتظر حتى يحاول التقاط أنفاسه، واشكره، وأعد التركيز وتابع حديثك.
- شتت انتباهه وتركيزه بطرح سؤال عسير عليه.
- قاطعه واطلب من المجموعة التعليق على حديثك.
- استخدمه كمساعد في تقديم العرض؛ ربما كانت لديه بعض النقاط المهمة التي يمكنه إضافتها.

المتذمر:

- يشعر بالقسوة في معاملته وعدم احترام الآخرين له.
- ربما كان يحمل ضغينة ما.
- يرغب في أن يجعل منك كبش فداء.

ماذا تفعل معه:

- أجبره على أن يكون محددا.
- وضح له أن الهدف من عرضك هو أن يكون إيجابياً وبناء.
- استغل ضغط النظراء؛ اسأل المجموعة عن مشاعرهم.

المتهامسون

- لا يفهمون ما يجري حولهم؛ يوضحون أو يترجمون.
- يروون الحكايات التي قد يثيرها عرضك التقديمي.
- يكونون شاعرين بالملل، أو راغبين في العبث، أو مفرطين في النقد (وهذا غير مألوف).

ماذا تفعل معهم:

- توقف عن الحديث، وانتظر حتى ينظروا إليك، عبِّر لهم بشكل غير لفظي عن رغبتك في المتابعة.

مراجع الفصل

(1) Smith ,D. (1991). Powerful Presentation Skills. Career track: Milton Keynes.

(2) محمد عبد الغني هلال (1997). مهارات العرض والتقديم. مركز تطوير الأداء والتنمية: القاهرة

(3) المرجع السابق

(4) سميث. مرجع السابق

(5) المرجع السابق

(6) جون تاونسيد (2006) العروض التقديمية. الرياض: مكتبة جرير.

(7) المرجع السابق

(8)Pearson. and paul E. Nelson (1994). Understanding and Sharing:An Introduction to Speech Communication. Madison: Brown and Benchmark.

(9)Hybels, S and Weaver ,R. (2001). Communicating Effectively. Mc Graw-Hill: Boston.

(10)Gamble. T and Michael Gamble (1999). Communication Works. Sixth Edition. Boston: McGraw – Hill College.

(11) المرجع السابق

(12) جون تاونسيد (2006). العروض التقديمية. الرياض: مكتبة جرير.

الفصل الثامن

أساليب التواصل الاجتماعي

الفصل الثامن

أساليب التواصل الاجتماعي

مقدمة

كيف يتواصل الناس؟

التواصل الحاسم: المفهوم والأهمية والخصائص

مهارات التواصل الحاسم

أسلوب "العملية" في إدارة الخلافات

نموذج في "ديسك" في إدارة الخلافات

المراجع

الفصل الثامن

أساليب التواصل الاجتماعي

فادنُ مني وخذ إليك حناني،

ثم اغمض عينيك حتى تراني

جورج جرداق

مقدمة

يتخذ الناس في تواصلهم فيما بينهم أساليب مختلفة، وكل أسلوب من هذه الأساليب يميز شخصياتنا في المواقف التي نتواصل فيها مع غيرنا. صحيح بأن الموقف الاتصالي يملي علينا أو يتطلب منا أحياناً أسلوباً معيناً من أساليب التواصل مع الآخرين، ومع ذلك يميل بعض الأفراد إلى تكرار أسلوب بعينه حتى يكاد يقترن بشخصيته، ويميزه عن غيره. فبمجرد ذكر اسم ذاك الشخص أمام الآخرين يتداعى لهم أسلوبه الذي يميزه عن غيره، فنقول: هل تقصد فلاناً العدواني؟ وذلك لأن أسلوبه في التواصل يقوم على الخشونة والفظاظة، أو هل تقصد فلاناً اللوام؟، أو فلاناً اللّين؟ أو فلاناً الشديد، أو فلاناً الدبلوماسي؟ إلى غير ذلك من الأساليب التي تميز الأفراد في تواصلهم مع بعضهم، ويكادوا يُعرفون بها.

ويمتاز كل أسلوب من أساليب التواصل التي ينتهجها الناس في تواصلهم فيما بينهم بخصائص معينة، إما أن يقربهم من الآخرين ويعمل على تمتين علاقاتهم بهم ويشد من أواصر الود والمحبة بينهم، وإما أن يعمل على نفورهم وابتعادهم عنهم وتقطيع شبكات الود الاجتماعي بينهم. وتقتضي العلاقات الناجحة بين الناس اختيار الأسلوب الذي يعمل على تمتين هذه العلاقات وتعزيزها. وسنتحدث بالتفصيل عن أكثر الأساليب شيوعاً وانتشاراً بين الناس حتى ننتقي من بينها الأسلوب الذي يعمل على تقوية هذه العلاقات وهي:

1- التواصل العدواني.

2- التواصل غير الحاسم (الليّن).

3- التواصل العقلاني.

4- التواصل الملتوي أو الموارب.

5- التواصل الحاسم.

التواصل العدواني

يتصف الأشخاص الذين يستخدمون هذا الأسلوب بالعدوانية والخشونة والفظاظة والتعالي على الآخرين، ومحاولة السيطرة عليهم في المواقف الاتصالية التي تجمعهم بهم. فلدى هؤلاء الأشخاص ميل كبير إلى الاعتداء اللفظي على الآخرين والتنمّر عليهم، واتجاه واضح لإلقاء اللوم عليهم، ومعاتبتهم، ومحاولة الفوز عليهم بالنقاش والجدل بأي ثمن.

وكثيرا ما يلجأ أصحاب هذا الأسلوب إلى الاستهزاء بالآخرين، والسخرية منهم، والنقد السلبي، والإهانات غير المبررة، والتعليقات الشخصية، والتهديدات[1] إنهم كثيرا ما يغضبون، ويعتقدون أن الآخر بحاجة إلى أن يوضع في حجمه الصحيح. وهذا ما نسمعه منهم حين نطلب منهم تفسيرا لسلوكهم المتغطرس، والمتعالي على الآخرين:

- أحببت أن أبيّن له حجمه الحقيقي"

- «لا تنس من أنا».

- "أنت مَنْ أصلا؟؟؟"

وتعكس هذه العبارات العدوانية، وغيرها الكثير من المشابهة، نظرة هؤلاء

الأشخاص الفوقية إلى أنفسهم، ونظرتهم الدونية إلى الآخرين. فهم، كما يرون أنفسهم، أعلى مقاما وأسمى منزلة ومكانة من الآخرين، ويعتقدون أنهم الوحيدون الأسوياء أو الوحيدون على حق، وغيرهم خلاف ذلك.

وأما في مجال العواطف، فنادرا ما يحسّ العدوانيون بمشاعر الآخرين ويراعونها، وفي حالات كثيرة نجدهم لا يعترفون بها. إنهم أشخاص ينقصهم الذكاء العاطفي، أي الذكاء الذي يقوم أصلا على مراعاة مشاعر الآخرين والاعتراف بها، وعدم الإساءة إليها.

ويتصف هؤلاء الأشخاص أيضا بانهم لا يسمحون للآخرين بإبداء آرائهم. إنهم، أشخاص، أقل ما يمكن أن يوصفوا به بأنهم غير مريحين بالتواصل معهم. بل منفرون، وغير ودودين، ويجعلوننا نتجنب الدخول معهم في نقاش أو حوار لأننا خاسرون مسبقا لهذا النقاش. وفي حالات كثيرة نجد أن من ينتهج هذا الأسلوب العدواني في تعاملهم معنا يدفعو! ا دفعا، لنكون أعداءً لهم[2].

وباختصار، إنهم أشخاص، لا نرغب بصداقاتهم، فهم ليسوا ضمن قوائم معارفنا أو أصدقائنا المفضلين الذين نرغب بمد جسور الود بيننا وبينهم. وإن فعلنا ذلك فإننا لن نكون مرتاحين، وسنشعر بامتعاض يدفعنا إلى إنهاء اللقاء بهم بأسرع وقت ممكن. ومع كل هذه المظاهر من السلوك العدواني غير أننا في كثير من الحالات نجد أنفسنا مرغمين للتعامل معهم لأنهم مديرونا أو رؤساؤنا المسؤولون عنا في العمل. إننا عندها سنكون في موقف لا نحسد عليه، موقف وصفه الشاعر المتنبي بالموقف النكد:

– ومن نكد الدنيا على الحر أن يرى   عدوا له ما من صداقته بد

التعامل مع هذا الأسلوب:

هل من طريقة مثلى تجنبا التصادم مع هؤلاء الأشخاص الذين يتبعون هذا الأسلوب في التواصل معنا؟ في الحقيقة، هناك أكثر من طريقة يمكن أن يفيدنا اتباعها في التقليل من حالة النكد أو الغضب أو التوتر الذي يوصلنا إليها الأشخاص العدوانيون. إن أفضل طريقة هي أن تتبع ما يلي(3)

1- الهدوء: لا تدعه يحرك إلى موقفه الفظ. ، ولا تقابل النار بالنار (Do not meet fire with fire). فلا تظهر مشاعرك السلبية أمامه، وإذا ما أظهرتها في كلماتك أو صوتك أو لغة جسدك أو سلوكك أو تصرفاتك، تكون بذلك قد منحته لذة رؤيتك وأنت تنفعل أمامه.

2- افصل ذاتك عن الموقف: أي تجاهل الملاحظات البذيئة التي وجهها إليك، وكذلك التهديدات والشتائم، فهي ليست سوى مجرد كلمات، رغم أنها جارحة.

3- اعمل على إنهاء الموقف: إن لم تنجح المحاولتان السابقتان، وبقي يسلك السلوك العدواني نفسه فاعمل على إنهاء الموقف بالطريقة التي تراها مناسبة (الابتعاد عنه، أو العودة إلى مكتبك إن كان هذا الشخص هو مديرك أو رئيسك في العمل، أو اترك المكان الذي يجمعك به).

وفي الحقيقة، فإن الطلب منك أن تتبع الأساليب السابقة لتتعامل مع الشخص ذي الأسلوب العدواني ليس أمرا سهلا. فالكثير من الناس لا يستطيعون فعل ذلك مما يقود إلى إفساد الجو الاتصالي بينهم وبينه، أو يفضي إلى نشوب مشكلات متباينة الشدة والتوتر. فليس الجميع يمتلك المهارات العالية التي يتطلبها التعامل مع هذه المواقف النكدة.

التواصل غير الحاسم (الليّن)

يأخذ هذا الأسلوب شكلين مختلفين هما:

أ- عدم الحسم الموقفي (Situational nonassertiveness): ويظهر هذا السلوك في

بعض المواقف التي يكون الفرد فيها غير قادر على حسم الموقف أو اتخاذ قرار محدد لسبب أو لآخر، ويمر معظم الناس في مثل هذا الموقف.

ب- عدم الحسم المعمّم (Generalized nonassertiveness): وهو سلوك يميز الفرد في المواقف جميعها، ويكاد يكون سمة عامة من السمات التي تتصف بها شخصية الفرد في المواقف جميعها، وليس في موقف معين كما في الوضع السابق[4].

ويسمى هذا الأسلوب أحيانا بالأسلوب الليّن أو الاسترضائي، فكثيرا ما يميل الأشخاص الذين يستخدمونه إلى محاولة استرضاء الآخرين واستسماح خواطرهم، والتنازل عن حقوقهم إرضاء لهم وخصوصاً أولئك الذين يعملون في وظائف متواضعة منخفضة الأجر. كما نجدهم أيضا يميلون إلى عدم التعبير عن آرائهم ومشاعرهم كسبا لودّ الآخرين وعدم مضايقتهم، ويفضلون الاحتفاظ بآرائهم لأنفسهم خوفا من أنها قد تجعل الآخرين ينزعجون منهم. إن البحث عن رضا الآخرين، والخوف من مضايقتهم، هو الهدف الغائي لهؤلاء الأشخاص.

وفي الحقيقة، يتسم الأشخاص غير الحاسمين (Nonassertive Persons) بأنهم مسالمون للغاية، ولا يريدون أبدا إحراج الآخرين، وقد يحجمون عن الشكوى حتى لا يتضايق الآخرون منهم. كما يوصفون أيضا بأنهم اعتذاريون، ويكثرون من التأسف دائما، وينكرون ذواتهم، ويفضلون استرضاء الآخرين بأي ثمن حتى لو كلفهم ذلك خسارة الموقف كله، وحين تطلب منهم تفسيرا لسلوكهم يجيبونك بالحال: "ماذا نفعل، نريد السترة"، أو: "نريد العيش، أنا شخص بائس وغلبان، لا يوجد أمامي أي خيار".

ورغم أن هذه الصفات تبدو للوهلة الأولى بأنها صفات ايجابية ومهذبة، مقارنة بسلوكات الأشخاص العدوانيين، ومع ذلك فإن إسراف الفرد ومبالغته فيها تجعله شخصا غير حاسم، أو استرضائيا أو ليّنا، يفتقد الشجاعة لقول رأيه بصدق وصراحة. وإنهم في هذا الجانب من جوانب السلوك يتصرفون خلافا لتصرفات الأشخاص العدوانيين. ومع ذلك فكلا الأسلوبين يعد غير ملائم للمواقف الاجتماعية المختلفة، ولا يصلحان في تمتين علاقاتنا بالآخرين.

مسؤولية ما قد يحدث من مشكلات أو خلافات بينهم وبين الآخرين في الموقف الاتصالي، وحتى لا تحدث مثل هذه المشكلات فإنهم يميلون لاسترضاء الآخرين.

د- جذب انتباه الآخرين إليهم ورغبتهم بالحصول على تعاطف الآخرين معهم.

هـ- نيل رضا الآخرين.

و- في حالات كثيرة يكون سلوكهم بهذه الطريقة لرد فعل غير واعٍ بعدم الكفاءة والاقتدار[6].

ز- إن هذا الأسلوب هو تعبير لنمط شخصيتهم.

ولا بد من القول هنا بإن مثل هذه المخاوف والمشاعر ليس للأشخاص غير الحاسمين أي دليل عليها. إنها مخاوف ومشاعر لا توجد إلا في أذهانهم، وهي في الوقت نفسه ليست سوى حديث الذات للذات. وفي الحقيقة، فإن إحساسهم بالمخاوف هو الذي يفضي بهم إلى الفشل في بناء علاقات فاعلة وبناءة وودية ترتكز على الاحترام المتبادل بينهم وبين الآخرين. وإن تصرفاتهم في ضوء مخاوفهم هي مؤشرات تدل على تقديرهم المتدني لذواتهم، وعلى الأفكار السلبية عن هذه الذوات.

التعامل مع هذا الأسلوب

عليك أن تميِّز فيما إذا كان هذا الأسلوب هونمط من أنماط شخصية الفرد (عدم الحسم المعمّم) أو هو مجرد لين أو عدم حسم مؤقت (عدم الحسم الموقفي). فإذا كان من النوع الأول، فاعلم بأنه أسلوب تواصلي مخادع، أي إن أسلوبه مجرد لعبة يريد أن يلعبها معنا هذا الفرد لاستدرار عطفنا وشفقتنا وتعاطفنا معه من أجل مساعدته. وفي حالات كثيرة يلجأ هؤلاء الفراد إلى هذا الأسلوب لجعلنا نشعر بالذنب تجاههم، لذا:

- لا تشعر بالذنب، أو بالشفقة أو التعاطف، لأنه يعرف ما يفعله جيداً.
- لا تنخدع بقصصه المثيرة للشفقة والحزن، فلديه منها الكثير.

- اطلب منه أن يحسم الأمر، أي وضع نهاية لسلوكه بهذه الطريقة.

- كن حازماً وحاسماً معه ولا تشترك في لعبته[7].

التواصل العقلاني

يلجأ الأشخاص العقلانيون إلى استخدام التعقل والمنطق في علاقاتهم مع الآخرين. فهم يعتقدون بأن أساليب كل من الأشخاص العدوانيين والاسترضائيين غير الحاسمين هي أساليب غير فاعلة في التواصل مع الآخرين، وغير قادرة على تمتين العلاقات الاجتماعية.

فإذا كان العدوانيون، على سبيل المثال، يقمعون الآخرين ولا يسمحون لهم بالتعبير عن آرائهم، وإذا كان الأشخاص الاسترضائيون يقمعون مشاعرهم ليرضوا الآخرين ويكسبوا ودهم وصداقتهم فإن للأشخاص العقلانيين أسلوبهم الخاص الذي يميزهم عن الأسلوبين السابقين.

ويقوم أسلوب الاتصال العقلاني على مبدأ عدم نكران صاحبه لمشاعره ومشاعر الآخرين، ومع ذلك فهو لا يأخذ بها كثيرا، ولا يتصرف بناء عليها، بل يؤثر المنطق والتعقل. وبالإضافة إلى هذا، فإن العقلانيين، في الحقيقة، أشخاص يتسمون بالهدوء وضبط النفس، والتوازن في علاقاتهم مع الآخرين. إنهم أشخاص مريحون في تعاملهم، وإن بدا لنا أحيانا بأنهم أشخاص "جافون" في التعامل بسبب استخدامهم العقل والمبالغة أحيانا في هذا الاستخدام. غير أنهم أشخاص يحظون باحترام الآخرين، ولديهم القدرة على بناء علاقات فاعلة وبناءة معهم.

كيف تتعامل مع هذا الأسلوب:

- بين لهم الحقائق المستندة إلى بيانات وأرقام.

- خاطب المنطق والتفكير العقلاني عندهم.

- ابتعد قدر المستطاع عن التلاعب بعواطفهم، فهم في الغالب لا يأخذون بها.

التواصل الملتوي أو الموارب

كثيرا ما نجد في حياتنا اليومية أشخاصا يستخدمون معنا هذا الأسلوب من أساليب التواصل. إن الأشخاص الذين يستخدمون هذا الأسلوب الموارب أو الملتوي هم أشخاص غير قادرين على المواجهة، فلا نجدهم ينخرطون في المواقف الاجتماعية بشكل عام. فاستراتيجيتهم في التواصل مع الآخرين تقوم على تجنب المواقف المتوترة أو غير المريحة وتحاشيها حفاظا على راحة بالهم وعدم إزعاج أنفسهم. إنهم يتصرفون وفق الأمثال الشعبية التي تحبذ تجنب المشكلات:

- أبعد عن الشر وغنٌ لهْ.
- الباب الذي يأتيك منه الريح، سدّه واسترحْ.

وإذا ما دخل هؤلاء الأشخاص في حوار أو نقاش فإنهم لا يعبرون بصراحة عن رأيهم فيه بل "يواربون" و"يلفون" و"يدورون" حول الموضوع، ويقدمون رأيهم بشكل غير صريح، بل ملتو أو موارب. وهم في هذا الجانب يتشابهون إلى حد ما مع الأشخاص الاسترضائيين.

وفي أحيان كثيرة نجد هؤلاء الأشخاص يلجأون إلى التظاهر بالغضب أو الانفعال أو الإحراج لإشعار الآخرين بالذنب كأسلوب يمكنهم من جعل الآخرين يتنازلون عن آرائهم. لذا يسمى هذا الأسلوب أحيانا بالأسلوب الاحتكاري، ذلك لأن الأشخاص الذين يستخدمونه يلجأون إلى احتكار العواطف والمشاعر بطرق ملتوية حتى يشعرونا بالذنب لنقوم بما يطلبونه منا، أي لا يكون أمامنا إلا التصرف بما يطلبونه.

كيف تتعامل مع هذا الأسلوب:

- نظراً للتشابه الكبير بين أسلوب هذا النوع من الأفراد، وأسلوب الأفراد غير الحاسمين، لذا استخدم معهم الأسلوب نفسه الذي نصحناك باتباعه مع الأشخاص من غير الحاسمين.

- أطلب منهم بحزم أن يبينوا موقفهم بصراحة ودون مواربة.

وهكذا يتضح لنا من الأساليب السابقة أنها جميعها، باستثناء الأسلوب العقلاني، لا تفضي إلى علاقات قوية ومتينة بين الناس. لذا كان لا بد من اللجوء إلى أسلوب آخر يعمل على مثل ذلك. من هنا كان أسلوب الاتصال المبني على الحسم هو الأسلوب الأكثر قدرة والأعلى كفاءة من الأساليب السابقة جميعها وذلك نظرا لاهميته في المواقف الاجتماعية كلها.

التواصل الحاسم : المفهوم والأهمية والخصائص

تنبهه الباحثون في مجال التواصل الاجتماعي إلى خطورة الأساليب السابقة في التواصل بين الناس وتأثيراتها السلبية على علاقتهم الاجتماعية، ودعوْ بالمقابل إلى تبنّي أسلوب جديد من شأنه أن يفضي إلى بناء علاقات فاعلة وقوية مع الآخرين، ويقود إلى توثيق عرا الود، ويعمل على تمتين شبكات التواصل معهم في شتى مواقف الحياة اليومية. وقد أطلقوا على هذا الأسلوب: أسلوب الاتصال الحاسم (Assertive Communication).

ويشير مفهوم التواصل الحاسم إلى قدرة الفرد على التمتع بحقوقه، والتعبير عن مشاعره، وطلب ما يريد من الآخرين بصدق ووضوح واستقامة، واحترام حقوق الآخرين والمحافظة عليها[8]. وهذا يعني أن الأشخاص الحاسمين في المواقف الاتصالية يتمتعون بقدر كاف من التسامح مع الآخرين، ونضج عال في ممارسة حقوقهم، والسماح للآخرين بممارسة حقوقهم أيضا، فضلا عن تمتعهم بقدر كبير وعال من الذكاء العاطفي القائم على السماح للآخرين بالتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم وآرائهم ومواقفهم بشكل واضح وصريح بعدُ ذلك حقاً من حقوقهم.

إن الحسم، يمنح من يتصف به القوة، ويضفي عليه الاحترام والتقدير، فضلا عن أنه يعمل على سلامة صحة الفرد النفسية، وعلى اتساقه وانسجامه مع نفسه. وفوق هذا وذاك يبقى هناك سبب آخر يدفعنا إلى استخدامه وهو حق الاختلاف مع

الآخر. إن التطور في مفاهيم حقوق الإنسان، وفي مجال الحرية الشخصية جعل الاختلاف بين البشر أمراً طبيعياً[9]. فلماذا نغضب أو نتوتر إذا ما اختلف أحدهم معنا في الرأي؟ ولماذا نسخف من هذا الرأي ونصغر من شأنه، أو نعزر صاحبه (كما في حالة الشخص العدواني)؟ أليس من حقه أن يختلف معنا؟. فمثلما لنا الحق بقول آرائنا ووجهات نظرنا، فإن للآخرين الحق أيضا في قول آرائهم ووجهات نظرهم.

وهكذا، إذاً، يعكس استخدام الشخص الحسم أسلوباً من أساليب التواصل الاجتماعي مدى فهمه لحقوق الآخرين ومدى نضجه في تمثله لهذه الحقوق، والعمل بمقتضاها. وحتى تتوضح لك ضرورة استخدام هذا الأسلوب في التواصل الاجتماعي باعتباره بديلا عن الأساليب الأخرى، انظر في المجالات التي تتطلب منك أن تكون حاسما فيها[10]:

- عندما نريد شيئاً من الآخرين.
- عندما نرفض شيئاً لا نريده.
- عندما نريد أن نتفاوض مع الآخرين.
- عندما يوجه الآخرون لنا النقد على غير حق.
- عندما نشعر بالغضب بسبب الاعتداء على حقوقنا.
- عندما نريد أن نعطي تقييماً لأمر أو قضية ما.
- عندما تجرح مشاعرنا.
- عندما نشعر بالإحباط.
- عندما نشعر بالظلم أو الاضطهاد أو المعاملة غير المنصفة.

وهكذا يتضح مما سبق، بأن الحسم سلوك مهذب في العلاقات الاجتماعية، ليس كما في حالات السلوكات السابقة (العدواني، وغير الحاسم والموارب). إنه أسلوب يقوم على الاعتراف بحقوق الآخرين في المجالات المختلفة التي عددنا جزءا قليلا منها. وهذا من شأنه أن يقوي علاقتنا بهم ويدفعهم إلى احترامنا وتقوية علاقاتهم بنا.

فالحاسمون هم أشخاص يعبرون عن وجهات نظرهم بأسلوب مباشر وصريح وحاسم، ولا تنقصهم الجرأة في ذلك حتى لو خالفت وجهات نظرهم وجهات النظر الأخرى. فهم من هذا المنطلق ليسوا كالأشخاص العدوانيين الذين يفرضون رأيهم على الآخرين فرضا، وليسوا كذلك كالأشخاص الاسترضائيين الذين يتنازلون طواعية عن آرائهم لإرضاء الآخرين، وليسوا كذلك كالأشخاص المواربين أو الذين لا يقولون رأيهم بشكل صريح.

مهارات التواصل الحاسم

إن الأشخاص الحاسمين هم، في الحقيقة، أشخاص لا يؤذون مشاعر الآخرين، بل يحترمونها ويعترفون بها، فأفعالهم تتوافق مع أقوالهم وتنسجم معها. وليس لدى هؤلاء الأشخاص أي ميل أو نزعة للسيطرة على الآخرين، إو إجبارهم على تبنّي وجهات نظرهم. إنهم يحترمون وجهات النظر الأخرى حتى في حالة اختلافهم معها. وعليه، يتطلب الحسم مهارات من نوع خاص، غير أننا لا نقدر أن نزودك بمهارات الحسم كلها. فهي كثيرة يكاد يتعذر الإلمام بها. لذا، سنقتصر على أهم المهارات التي يجمع الباحثون على أنها هي الأهم، والأبرز والأكثر حاجة إليها في عملية التواصل الاجتماعي، وهي:

أ- مهارات تتعلق بكيفية التعامل مع الانتقادات التي توجهها إلى الآخرين، أو يوجهها إليك الآخرون .

ب- مهارات استخدام لغة الجسد وتوظيفها بشكل فاعل ولائق.

ج- مهارات تتعلق بطرق تعاملك مع الاختلاف في الرأي مع الآخرين.

اولا: مهارات التعامل مع الانتقادات

ليس النقد الذي يوجهه إلينا الآخرون بالأمر السلبي دائما. ففي حالات كثيرة يمكننا الاستفادة منه. فقد لا يكون الآخرون على دراية كافية بمهارات اختيار الكلمات

المناسبة. فربما ما تزال تذكر ما قلناه بهذا الخصوص حين تحدثنا عن مهارات التعامل مع الذات العمياء. حينها كنا قد نصحناك بأن تستخدم كلمة "ملاحظة" بدلا من كلمة "نقد" لأن الدلالة النفسية لكلمة "نقد" ذات إيحاءات نفسية ثقيلة على مسامع الآخر. فابتعد عنها قدر الممكن.

ومع ذلك، فأنت لا تستطيع أن تمنع الآخر من استخدامها. لذا لا تنظر إلى هذه الكلمة التي توجه إليك كأنها انتقاص من قدرك أو جهدك في ما تقول، بل انظر إليها باعتبارها مجرد عملية تقييم أو تغذية مرتدة لما قلت. فأنت الذي يقرر إذا ما كان النقد مفيدا أو غير مفيد. لذا، تعامل مع النقد باعتباره شكلا من أشكال التغذية المرتدة.

وفي هذا الصدد يقول عالم النفس التحليلي والمستشار في الطب النفسي هاري ليفنسون (*Harry Levinson*) لمن يتلقوْن النقد بأنه من الأفضل لصحتهم النفسية ولمزاجهم النفسي والعاطفي أن ينظروا إليه بعدِّه معلومة لها قيمتها حول كيفية تحسين العمل وليس بوصفه هجوماً شخصياً، كما يستحسن النظر إلى النقد بوصفه فرصة للناقد والمنتقد للعمل معاً بهدف حل المشكلة، وليس بوصفه حالة خصومة بينهما[11].

صحيح بان هناك نقداً جارحاً وخبيثاً قد تتعرض له في أحد المواقف، وصحيح بأن هذا النقد في حالات كثيرة قد يكون غير منصف وجائراً بالفعل، ومع ذلك لا تنسَ بأن ضبطك لنفسك في هذا الموقف يجنبك الكثير من المشكلات التي أنت في غنى عنها. كما لاتنس أيضا بأن توترك في هذا الموقف وانزعاجك وفقدانك لأعصابك قد يكون هو الدافع وراء توجيههم النقد لك بتلك الطريقة. فاعمل على تفويت الفرصة عليهم. فماذا عساك أن تفعل؟؟ عليك أن تسأل نفسك الأسئلة الآتية التي يقترحها (ماكس إيجرت) قبل أن تقرر ماذا تفعل بتلك اللحظة[12]:

1- من الذي ينتقدني؟ وهل هومؤهل لإعطاء النقد، وهل يعرفك بما فيه الكفاية؟

2- هل يمكنك أن تغير السلوك الذي ينتقدك الآخرون بسببه؟

3- هل تدرك أن هذا السلوك يبدر منك بالفعل؟ إذا لم يكن كذلك، فراقب نفسك فيما يتعلق بمدى تكرار هذا السلوك وظروف تكراره.

4- هل يبدر منك هذا السلوك بتكرار يكفي لجذب انتباهك له؟

5- هل نتائج هذا السلوك مهمة بما فيه الكفاية لجذب انتباهك؟

6- فكّر في الأسباب التي تجعلك تسلك هذا السلوك. ما الفوائد التي ستعود عليك أو الخسائر التي ستتحملها إذا ما دوامت على فعله؟

7- فكّر لتعرف إن كنت ترغب في أن تغير سلوكك أم لا. ما الفوائد التي ستعود عليك إن قمت بتغييره.

8- هل أنت على استعداد لأن تدفع ثمن هذا التغيير؟

9- قرّر هل ستتغير أم لا، واعمل على تنفيذ هذا القرار.

إعطاء النقد:

وأما إن قمت أنت شخصيا بعملية إعطاء النقد للآخرين فتجنب استخدام كلمة "نقد" قدر المستطاع، واستخدم بدلا منها كلمة "ملاحظة". وإن لم تستطع فلا بأس من استخدامها ولكن بلباقة وود. وفي هذه الحالة عليك أن تفعل ما يلي[13]:

- وجّه النقد / الملاحظة فقط إلى السلوك الذي يستطيع الطرف الآخر تغييره، وليس إلى الشخص نفسه (مبدا الاتصال القائم على فصل البشر عن مشكلاتهم).
- كُنْ محددا ودقيقا بقدر الإمكان.
- كُنْ قادرا على إعطاء أمثلة مختلفة عن السلوك الذي تنتقده.
- لا تجعل صوتك محمّلا بمشاعر معينة، وحافظ على لغة جسدك.
- استخدم عبارات تدل على تعاطفك معه: (إنني متأكد من أنك لن تفعل هذا مرة ثانية" وإنني واثق من أن بمقدورك أن تؤدي بشكل أفضل).

وأما هاري لفنسون فيقدم لنا النصائح الآتية حين نوجه النقد/الملاحظات لبعض الأفراد[14]:

أ- كن محدداً في تبيانك الخطأ: إن ما يثبط معنويات الإنسان هو أن يسمع أنه أخطأ في عمل شيء ما دون أن يعرف على وجه التحديد ما هذا الخطأ لكي يعمل على تصحيحه. لذا حدِّد بالضبط بأسلوب وديّ أين الخطأ في ما يقوله الآخر وأبن الصواب.

ب- قدم حلاً: لا تكتفي بتبيان الخطأ، بل يتوجب عليك أن تقدم حلولا واقتراحات لمعالجته. وإن لم تقم بهذه الخطوة فإنك تترك المتلقي في حيْرة من أمره، وفي حالة من الإحباط والمعنويات المنخفضة ودون دافع للقيام بعمل.

ج- قدِّم النقد وجها لوجه: يكون النقد أكثر فعالية حين نقوله بودٍّ للشخص المعني وجها لوجه وبشكل مباشر وعلى انفراد، أي ليس بوجود الآخرين.

د- كُنْ متعاطفا مع الآخر: قل ما تودّ قوله بودّ كبير وتعاطف أكبر حتى لا تجرح مشاعر الآخر.

وفي الحقيقة، فإنك عندما تكون حاسما، فهذا معناه أنك قادر على تقبل النقد وأن تتعامل معه بموضوعية واستقامة. وإن كان الحسم هو أسلوبك ونهجك في التواصل مع الآخرين فستقيِّم ما تسمعه من نقد بأنه ليس سوى كلمات، رغم أنها جارحة. لذا، تذكر ما قلناه حين زودناك بمهارات التعامل مع الشخص العدواني. لقد نصحناك وقتها بأن تفصل ذاتك عن الموقف. فإن فعلت هذا تكون قد قطعت تدفق الطاقة السلبية التى قد تتسلل إلى أفكارك ومشاعرك وتصرفاتك في هذه اللحظة في الموقف الاتصالي بسبب تلك الكلمات. لأن السماح لهذه الطاقة سيحرفك عن رؤية الأمور بشكل دقيق، وسيؤدي إلى توترك وفقدان أعصابك.

ثانيا: مهارات استخدام لغة الجسد الحاسمة

للجسد، كما تعلم لغته الحاسمة في التواصل الاجتماعي. عُدْ إلى الفصل الذي

خصصناه للغة الجسد، وتأمل تلك اللغة. إنك ستجد بأن للجسد لغة خاصة توصل رسائلنا إلى الآخرين بطريقة أو بأخرى. فكيف يكون ذلك؟

يتخذ الشخص الحاسم من جسده، في الحقيقة رسالة قوية وفاعلة في التعبير عن مواقفه. وذلك من خلال الإيماءات الجسدية الآتية:

أ- وضعية الجسم:

- انتصاب القامة.
- الاسترخاء.
- عدم التقيد.

ب- تعبيرات الوجه:

- الاكتراث.
- الالتزام.
- الاهتمام.
- التجاوب.

ج- العينان:

- اتصال شديد بالعين

د- الكلام والصوت:

- مباشر.
- مسترخ.
- معتدل.
- غير متوتر.

ثالثا: مهارات إدارة الاختلاف في الرأي مع الآخرين

بتَّ تعلم الآن بأن الحسم في جوهره يقوم على احترام حقوق الآخرين والسماح لهم بالتعبير عن وجهات نظرهم ومشاعرهم دون الإساءة إليها. فلو عدت إلى تعريف الحسم لوجدت التأكيد على ذلك واضحا. فالاختلاف بين البشر أمر طبيعي ومقبول. ولكن من غير المقبول أن ننظر إلى هذا الاختلاف على أنه شيء غير صحي.

فمن حقك أن تعبر عن رأيك، ومن حق الآخرين أن يعبروا عن حقوقهم ووجهات نظرهم. وعليه ليس من اللائق أبدا وليس من الصحيح أيضا أن تعبر أنت عن وجهة نظرك وتحرم الآخرين من فعل ذلك. وما دام الخلاف أمراً طبيعياً ومتوقعاً في المواقف الاتصالية المختلفة، فكيف نتعامل معه إذا ما حصل بيننا وبين الآخرين؟.

يقترح العلماء والباحثون في مجال التواصل الاجتماعي أساليب كثيرة تساعدنا على تقبل آراء الآخرين ومواقفهم المختلفة عنا دون أن نفقد أعصابنا أو احترامنا لهم بسبب هذا الخلاف. وسنقوم بتزويدك بأسلوبين يساعدانك على إدارة الخلاف بطريقة فاعلة تبقي على الود بينك وبين من تختلف معه أو معهم. ويسمى الأسلوب الأول أسلوب "العملية"، وهو أسلوب يقدمه (ماكس إيجرت)، الأخصائي والخبير النفسي في مجال الإدارة، وأما الأسلوب الآخر فيقترحه جيري ويسنسكي (Jerry Wisinski) المستشار في السلوك الإداري والعلاقات بين الموظفين. وسنبدأ بالأسلوب الأول، أي أسلوب "العملية.

أسلوب "العملية" في إدارة الخلافات

يعتمد هذا الأسلوب من أساليب التعامل في إدارة الخلاف مع الآخرين على الكلمات المعطرة التي ذكرناها سابقا عند حديثنا عن مهارات المرسل، على الأقل في المراحل الأولى من الحديث مع الآخر. وأما الخطوات التي يقترحها (إيجرت) فهي[15]:

أ- استخدم العبارة الإيجابية:

ابدأ حديثك مع الآخر الذي تختلف معه بكلمات إيجابية لتساعد على تلطيف الأجواء المتشنجة التي سببها الخلاف بينكما، ولتعمل على تهيئته لما ستقول.

ب- استخدم العبارة غير المؤذية للمشاعر:

وهذه العبارة، أو العبارات من شأنها هي الأخرى أن تعمل على المزيد من تلطيف الأجواء المتشنجة بينكما.

ج- اعرض الأسباب التي جعلتك تختلف مع الآخر وقُمْ بتوضيحها:

بعد أن قمت بالخطوتين السابقتين اللتين هيأتا الطرف الآخر للاستماع إليك، قُم الآن بتوضيح موقفك وما لديك من أسباب جعلتك تتبنى هذا الموقف. ولا تنسَ هنا مهارات الإقناع التي أصبحت الآن ملمًا بها، أي طرق عرض حججك للآخر.

د- الاختلاف مع الآخر في الرأي:

بعد أن قمت في الخطوة السابقة بتوضيح الأسباب التي جعلتك تختلف معه في الرأي وتتبنّى موقفا مخالفا لرأيه، استمر بتوضيح أسباب الخلاف ولكن بلهجة حاسمة غير مترددة وغير اعتذارية لإضفاء الجدية على تبنّيك لوجهة نظرك.

هـ- عرض التسوية:

وهذه خطوة اختيارية. فإن رأيت أنها تقود إلى إنهاء الخلاف مع الاحتفاظ بحقوقك وحقوق الآخر فقم بها.

مثال تطبيقي:

ودعنا نوضح لك هذه الخطوات بمثال توضيحي يبيّن خلافا ما نشب بين أب وابنه حول قضية تتعارض فيها مصالحهما، وكيف أن اتباع الابن لأسلوب "العملية" في إدارة الخلاف أدى إلا حلها.

الموقف الخلافي:

الأب: أرى أنه من غير الضروري أن تذهب يوم غد الجمعة إلى مدينة البتراء لأننا سنذهب لزيارة جدتك المريضة في المستشفى

العبارة الإيجابية: الابن:

لا بأس يا والدي، يسعدني أن أزور جدتي التي أحبها للغاية.

العبارة المهذبة: الابن:

أنا أتفهم تماما أسباب حبك لجدتي، وحرصك على سلامتها. ولعل هذا هو السبب الذي من أجله لا تريدني أن أذهب غدا إلى مدينة البتراء،

عرض الأسباب والتوضيح: الإبن:

ولكن اسمح لي أن أبين لك لماذا أريد الذهاب يوم غد بالتحديد إلى المدينة البتراء.

الاختلاف في الرأي: الابن:

أنا ذاهب غدا إلى البتراء لأن دراستي، كما تعلم، هي عن السياحة، وغدا سيحضر عالم كبير من إيطاليا يُعدُّ من أكبر علماء السياحة؛ وسيلقي محاضرة هناك لطلبة السياحة على أرض الواقع يعرض فيها نتائج دراسة قام بها عن هذه المدينة ويعود بعدها إلى إيطاليا؛ حيث لا يوجد معه متسع من الوقت وسيعود في اليوم الثاني إلى إيطاليا. فإذا لم أره غدا فلن أستطيع مقابلته وإجراء لقاء معه حول مشروع تخرجي الذي سأقدمه بداية الأسبوع القادم. وهذه هي الأسباب التي تحتم عليَّ الذهاب غدا إلى البتراء. لذا لن أتمكن (لاحظ الإصرار على الموقف بلغة جاسمة) من الذهاب معك لزيارة جدتي.

التسوية: الابن:

ولكن بعد عودتي سنذهب معا إلى زيارة جدتي في المستشفى، فحالتها مستقرة، والحمد لله، ولا خوف عليها بإذن الله. سأكلمها وأعتذر لها عن عدم زيارتي لها غدا، وأبيّن لها الأسباب.

لاحظ في هذا المثال، كيف ان الخلاف في وجهات النظر كادت تتسبب في خلاف أسري بين الأب وابنه. ولكن تحلّي الابن بمهارات الحسم أحالت الخلاف بينهما إلى اتفاق.

نموذج "ديسك" في إدارة الخلافات

يقدم لنا (جيري ويسنسكي) أسلوبا آخر من أساليب إدارة الخلاف في الرأي ووجهات النظر في المواقف الاتصالية المختلفة وبخاصة في مجال العمل، أي في مجال تعامل المشرفين والمديرين مع الموظفين الذين يخالفونهم في الآراء ووجهات النظر. ويعرف هذا النموذج بنموذج "ديسك" (DESC)؛ إذ يشير كل حرف من حروف كلمة "ديسك" باللغة الإنجليزية إلى مهارة اتصالية محددة، وذلك كما يلي[16]:

- قم بوصف الموقف الخلافي: (Describe)
- عبّر عن مشاعرك: (Express)
- حدّد ما تريد: (Specify)
- بيّن العواقب المترتبة عن الموقف: (Consequencess)

مثال تطبيقي على نموذج ديسك:

وصف الموقف الخلافي:

حسام مدير مكتب في مصنع إنتاج مواد كيماوية. ورغم أنه في العادة لا يتخذ قراراته إلا بعد التشاور مع مساعديه غير أنه في بعض الأحيان يتخذ قرارات منفردة دون العودة إليهم بصفته مديرا للمصنع، يخبرهم بها فيما بعد. ولكن حسام يواجه تجربة صعبة مع أحد موظفيه القدامى، وهو مهند، حيث يقدم مهند اقتراحاته ورؤيته لإدراة المصنع استنادا إلى خبرته حين يطلب منه حسام مثل ذلك. ولكنه يختلف مع مديره حسام علنا وأمام الجميع عندما يتخذ حسام قرارا دون العودة إليه واستشارته.

فيرفض تنفيذ توجيهاته. وقد ناقش حسام معه الأمر في مناسبتين، ولكنه لم يقتنع، مما دفع حسام إلى استدعائه إلى مكتبه لمناقشة الموضوع. وقرر حسام استخدام نموذج "ديسك" لحل الخلاف:

1- الوصف (Describe): يقول حسام لمهند:

"في الأسبوع الماضي اختلفت معي علنا أمام الجميع حول قرارين أصدرتهما بشأن الإجراءات في المصنع. والمهم أنك لم تنفذ هذه التوجيهات الخاصة بالقرارين" (حدد حسام القرارين والخلاف).

2- التعبير (Express):

"أنا مستاء من هذا التصرف للغاية، ومحبط، وغير راض عن تصرفاتك لأننا ناقشنا الموضوع مرتين" (قام حسام بتذكير مهند متى حدث ذلك)

3- التحديد (Specify):

"قد يكون من حقك ألا توافق على قرارات أصدرتها بدون استشارتك، ولكنني ما زلت أتوقع منك أن تخضع لها وأن تنفذها. فعندما يرفض أحد أعضاء الفريق في المصنع التعاون فسيضر هذا بجهود الفريق ككل".

4- العواقب (Consequences):

"حسام، أتوقع ألا نلجأ مرة أخرى لمثل هذه المحادثة، فإذا اضطررنا لذلك فسوف أتعامل معك رسميا لضبط سلوكك الوظيفي". (العواقب السلبية).

"من ناحية أخرى، أريد أن أنهي هذا الأمر. فعندما أتشاور معكم أنت والموظفين الآخرين أحظى باستجابة ممتازة، وأريد أن يستمر ذلك" (العواقب الإيجابية)

وهكذا يتضح من هذين الأسلوبين في إدارة الخلافات، ومن مهارات التواصل الحاسم الأخرى التي تناولناها قبل قليل، أنها مهارات تقوم على التعبير عن وجهات نظرنا بدقة دون أن نجرح مشاعر الآخرين ونسيء إليها.

مراجع الفصل

(1) Boden, A. (1999) The problem Behaviour Pocketbook. Managemetn Boket books limited.

(2) بودن، المرجع السابق.

(3) ماكس ايجرت (2006). الحسم. الرياض: مكتبة جرير.

(4)DeVito ،J (1989). The Interpersonal Communication Book (1989). Fifth Edition. New York:Harper and Row Publishers

(5) بودن، المرجع السابق.

(6)Satir V (1976). Making contact. Berkeley ،Calif: Celestial Arts

(7) بودن، المرجع السابق.

(8) ساتير، المرجع السابق.

(9)Pearson ،J. C. and P. E. Nelson(1997). An Introduction to Human Communication. 7th ed ،Boston ،Massachusetts: McGraw Hill.)

(10) إيجرت: مرجع سابق

(11)Levinson ،H. (2006). Psychology of Leadership. Harvard Business Review book

(12) إيجرت: مرجع السابق.

(13) إيجرت: المرجع سابق.

(14) ليفنسون، مرجع سابق

(15) إيجرت: مرجع سابق

(16)Wisinski, j. (1993). Resolving Conflicts On The Job. New York: Amacom.

الفصل التاسع

التفاوض: عملية تواصل اجتماعي

الفصل التاسع

التفاوض: عملية تواصل اجتماعي

مقدمة

مفهوم القوة في التفاوض

مقومات عملية التفاوض

شروط التفاوض

النتائج المحتملة لعملية التفاوض

مراحل عملية التفاوض

استراتيجيات التفاوض

أنواع التفاوض

البعد النفسي في عملية التفاوض

تكتيكات التفاوض وطرق التعامل معها

المراجع

الفصل التاسع

التفاوض: عملية تواصل اجتماعي

"كن جديرا بثقة الناس إلى اقصى حد ممكن.
ولكن لا تكن واثقا بالناس إلى اقصى حد".
روجر فيشر

مقدمة:

يختلط مفهوم التفاوض لدى الكثير من الناس ببعض الاعتقادات غير الدقيقة والملتبسة في كثير من الأحيان. فبعضهم يقصره على الجانب السياسي، وبعضهم الآخر يقصره على العلاقات الدولية أو الدبلوماسية، في حين نجد البعض يقصره على البعد الإداري. ولكن قل من ينظر إليه من بعده النفسي والاجتماعي والثقافي. أي بعدّه عملية اجتماعية طبيعية يقوم بها الناس في كل يوم بشكل اعتيادي. ومع أن التفاوض يستخدم في هذه الجوانب كلها بشكل كبير وواضح، ومع ذلك يبقى حصره في بعد واحد من هذه الأبعاد حصرا تعسفيا، ولا يتناسب مع المفهوم الواسع لهذه العملية الاجتماعية.

إن التفاوض، في الحقيقة، مفهوم شامل، يتغلغل في مجالات الحياة كلها؛ إنه عملية تواصل اجتماعي مستمرة باستمرار الحياة، وتقتضيها ظروف الحياة اليومية بأبعادها المختلفة. ففي كل يوم تواجه أسر وعائلات وأزواج، وطلاب ومعلمون، وجيران وعمال، وموظفون وأصحاب مؤسسات، وشركات، وباعة ومحامون، ودول مواقف تتطلب منهم استخدام التفاوض باعتباره طريقة سلمية في تعامل مع مشكلاتهم، بعيدة عن العنف أو الاقتتال. ومن هذا المنطلق يعد التفاوض أحد أشكال التفاعل والتواصل الاجتماعي الذي يهدف الوصول إلى حلول للمشكلات الناجمة عن تواصلنا وتفاعلنا المستمر مع الآخرين.

والتفاوض، فوق هذا وذاك، عملية طبيعية يحتمها وجود تعارض في مصالح البشر، واختلافات في وجهات نظرهم، وتباين في رؤاهم للواقع الاجتماعي الخلافي، وتفسيراتهم له، ومواقفهم من الحقائق الاجتماعية ودلالاتها لديهم. فلا بد من استخدامه من أجل الوصول إلى اتفاق تقبل به الأطراف المتباينة في رؤاها، والمختلفة أو المتعارضة في مصالحها.

ومن الاعتقادات الأخرى الشائعة عن التفاوض هو رؤية البعض له بانه أسلوب العاجزين والضعفاء والمتساهلين في الحياة. وهذه نظرة غير صحيحة. إن التفاوض، في جوهرة، عملية عقلانية وأخلاقية يقود إلى تحقيق المصالح المشتركة للاطراف المتفاوضة، إن استخدمته بشكل يتسق مع الأخلاق والعقل. وهو من هذا المنطلق، يرتقي بأطراف التفاوض إلى مستوى من السمو البشري يضحي عنده كل طرف ببعض مصالحه الذاتية مقابل الوصول إلى حلول تتحقق من خلالها المصلحة المشتركة للجميع.

وفي ضوء هذا الفهم للتفاوض، يمكننا وضع التعريف الآتي له: هو عملية اتصالية- تفاعلية تعاونية نستطيع من خلالها كأطراف متفاوضة التوصل إلى أسلوب أو صيغة تعاقدية نرضى بها بعيدين عن منطق القوة أو التهديد أو التنافس غير المجدي[1].

وإذا ما تأملنا بهذا التعريف لوجدنا أنه يؤكد على جوانب أساسية ومقومات جوهرية تتطلبها عملية التفاوض، أبرزها وأهمها الجانب المتعلق بالتواصل بين الأطراف المتفاعلة بعيدا عن منطق القوة والتهديد. والأمر الآخر هو أن التفاوض يقوم على التفاهم والتعاون بين الأطراف المتفاوضة بعيدا عن الخداع والعنف والقوة، من اجل الوصول إلى اتفاق يرضي الأطراف المتفاوضة.

مفهوم القوة في التفاوض

يعدّ مفهوم القوة (Power) من اكثر المفاهيم الملتبسة وغير الواضحة في أذهان

العديد من الناس، ليس في مجال التفاوض فحسب، بل في مجالات الحياة المختلفة؛ إذ يقصر هؤلاء الناس القوة على الجانب المادي فقط، ولا يرونها إلا من هذا البعد.

ونود أن نؤكد هنا على أن حصر القوة في هذا الجانب وحده هو حصر تعسفي ينطوي على العديد من المشكلات الأخلاقية. فليس القوة المادية سوى بعد واحد من أبعاد القوة.

إن القوة، في حقيقتها عملية إدراكية (Power is perception)، أي كيف ترى/ تدرك أو تتصور نفسك وكيف ترى الآخر أو تدركه وتتصوره. فإن نظرت إلى القوة من هذا المنظور فإن كثيرا من تصرفاتك ونظرتك للأشياء ستتغير، ليس في عملية المفاوضات فحسب بل في مجالات الحياة كلها.

وفي هذا الصدد نقول أنه لا يوجد طرف ضعيف بالمطلق، وآخر قوي بالمطلق في عملية المفاوضات التي تتم بين المتفاوضين، ولا بالمواقف الحياتية كذلك. وإنما يوجد طرف أو شخص يتوهم بأنه ضعيف مقارنة مع الطرف الآخر. صحيح بأن هذا التوهم قد يستند إلى بعض جوانب القوة المادية التي يمتلكها مقارنة بقوة الآخر، ومع ذلك فأنت كطرف مفاوض أو كشخص مهما كان موقعك أو مكانتك الاجتماعية تمتلك مصادر قوة من نوع آخر غير القوة المادية، قد لا تكون بحوزة الطرف الآخر. ومن شأن هذه القوة أن تغير من معادلة التفاوض بينكما. لذا، لا تخف من قوة الآخر المادية مهما كانت، ولا تستهن، أو تستخف بها في الوقت نفسه.

إن عناصر القوة ليست سوى أمور نسبية، وتحكمية، وإدراكية. فالعديد من المفاوضين قليلو الخبرة يقبلون بشروط الطرف الآخر بحجة أنه أقوى منهم أو بأنه ليس أمامهم أية خيارات أخرى في ضوء ميزان القوة الحالي الذي يميل لصالح الطرف الآخر. إن المشكلة الحقيقة في هذه الحالة تكمن فيهم، إما لأنهم:

أ- لا يدركون مصادر قوتهم الفعلية.

ب- مستخفون بقوتهم ومستهينون بها.

ج- لا يرون جوانب الضعف عند خصمهم، بل يرون قوتة المادية التي تسيطر عليهم، وتعمي بصيرتهم.

تأمل في هذه الأسباب. الا ترى أنها جميعها تتعامل مع القوة من منظور "إدراكي" أي أنها "ترى" القوة وتنظر إليها من منظور مادي فقط؟.

ما الذي يتوجب عمله، إذا، إذا ما أردت أن تغير من ميزان القوة بينك وبين الطرف الآخر؟. في هذه الحالة إفعل ما يلي:

1- إبحث بشكل متواصل عن مصادر قوتك، وخذ وقتا طويلا في استكسافها. فإن فعلت فستكتشف بأن لديك مصادر عديدة للقوة غير القوة المادية. فقد تكون هذه القوة قوة عقدية، أو مالية، أو قد تكون في الصبر، أو في المراوغة، أو في قدرتك على التحمل، أوفي جلدك ومثابرتك وإصرارك، أو الحق بالقضية التي تتفاوض من أجلها، إلخ).

2- تذكر بأن القوة ليست، كما قلنا قبل قليل، سوى عملية إدراكية- تصورية: فإن أنت "رأيت" نفسك أو "ادركت" نفسك بأنك ضعيف، وسلمت بهذا الضعف، واستكنت له فمن المتوقع بأنك ستتصرف وفقا لهذا التصور أو الإدراك، ويصبح هذا التصور أو الإدراك أو الرؤية للذات نبوءة تحقق نفسها بنفسها (Self – fulfilling prophecy).

إن الشواهد التاريخية على صدق تصرف الأفراد في الحياة اليومية أثناء تفاعلهم مع بعضهم وفق هذه العملية النفسية كثيرة تكاد لا تحصى. وسأضرب لك بعض الأمثلة التي تدلل على صدقها في مواقف الحياة المختلفة، بما في ذلك عملية التفاوض نفسها.

تأمل دلالات الحديث النبي الشريف الآتي:

"لا تتمارضوا فتمرضوا فتموتوا". فهؤلاء الناس لم يكونوا مرضى في الحقيقة، بل

تمارضوا، أي تظاهروا بالمرض وادعوا بأنهم مرضى، فصدقوا أنفسهم، وتصرفوا بناء على ذلك، فمرضوا فعلا، فتسبب لهم ادّعاؤهم المرض بالموت.

وتأمل قول الشاعر المتنبي في مدح سيف الدولة حين كان قد توقف عن الغزو لما سمع بكثرة عدد جيش الروم:

وما الخوف إلا ما تخوفه الفتي وما الأمن إلا ما رآه الفتى أمنا

فما الخوف، برأي المتنبي، سوى وهمٌ أو اختلاقٌ من الفرد. وكذلك الأمن.

وتأمل قول القائد صلاح الدين الأيوبي حين سمع بأن ريتشارد قلب الأسد، الذي يضرب بشجاعته وقوته المثل في أوروبا في القرون الوسطى إلى الحد الذي وصفوه بالرجل الذي يحمل قلب أسد، هو من سيتولى حملة الفرنجة على مدينة القدس:

- أنا أقوى منه بعقيدتي. فقد عدّ صلاح الدين عقيدته مصدر قوة له فوق قوته القتالية والجسدية.

3- وبعد أن تكون قد حددت مصادر قوتك، فما عليك الآن إلا ان تحاول استكشاف مصادر قوة خصمك لتستعد لها، أو لتعمل على تحييدها بحيث لا يستطيع استخدامها ضدك. وحاول في الوقت نفسه البحث عن نقاط الضعف التي يحاول إخفاءها عنك حتى لا تراها. فما من فرد مهما كانت قوته إلا ولديه نقاط ضعف في جانب ما من جوانب قوته. استكشف هذا الضعف، وهاجم الطرف الآخرمنه.

وفي ضوء هذا الفهم الجديد للقوة، دعني أوضح لك كيف يعمل هذا الفهم على تغيير معادلة القوة لصالحك، وذلك بالعودة إلى أسطورة المحارب الإغريقي إيخيل (Achilles) الذي يرتبط اسمه بحرب طروادة التي دارت أحداثها بين الإغريق وأهل طروادة.

يعدّ (إخيل) أشهر شخصيات الأبطال الأسطوريين في الميثولوجيا الإغريقية. وتقول الأسطورة بأن أمه قد غمرته في ماء نهر (سيتكس) ليكتسب القوة وتحميه من الأذى. ولكنها حين غمرته كانت ممسكة بعقبه من الوتر، فكان هذا الجزء من جسمه هو الجزء الوحيد الذي لم يغمره الماء، وبالتالي كان نقطة الضعف فيه. وتقول الأسطورة بأن ماء النهر، كان قد أكسب جسده مناعة لا تستطيع أن تنال منها السهام والسيوف والرماح، فكانت تتحطم على صدره كل النبال والسيوف والرماح. ولهذا كان المحاربون يخشونه ويفرون من أمامه لأنه لا أمل لهم بالفوز عليه بسبب تلك القوة. فهو، برأيهم، أسطورة لا تقهر ولا تهزم.

غير أن محاربا بسيطا وضعيفا للغاية، اسمه (باريس)، لا يملك أي فن من فنون القتال والفر والكر إلا فنا واحدا وهو القدرة على التصويب. فصمم "باريس- الضعيف" أن يقتل إخيل- القوي" لأن إخيل كان قد قتل أخاه (هكتور). ولكن لا أحد من جماعته أخذه على محمل الجد، بل سخروا منه بسبب ضعف بنيته الجسدية والقتالية أمام محارب أسطوري مثل إخيل.

ولكن باريس استطاع أن يقتل إخيل. فتعجب الناس وذهلوا، وصعقهم الخبر، وكادوا لا يصدقونه. وحين سألوه كيف تمكن من قتل إخيل، أجابهم: "رأيته بعيوني وليس بعيونكم. فأنا لم لم أره قويا كما ترونه أنتم، بل رأيته ضعيفا". فقد اكتشفت نقطة ضعفه بعد أن راقبته مرارا وتكرارا، وهي كعبه الذي لم تمسه مياه النهر، فسددت فيها سهما من سهامي، فأسقطه أرضا.

ما الدلالات التي يمكن أن تستخلصها من هذا الأسطورة ؟ إنك بلا شك ستتوصل إلى الحقائق الآتية:

أ- القوة عملية إدراكية. فمن كان يصدق بأن المحارب (باريس)، ضعيف البنية الجسدية والقتالية سيقتل(إخيل) الأسطورة التي لا تقهر!! فلو نظر باريس إلى قوته وقارنها بقوة إخيل فلن يقدم على ما أقدم عليه.

ب- إذا ما أفاد الشخص، أو المفاوض من مصدر قوته مهما اتسمت بالضعف وطورها ونماها بشكل جيد فستصبح مصدر قوة حقيقية. وهذا ما فعله (باريس)؛ إذ لم يكن يملك أي مصدر من مصادر القوة القتالية سوى دقته في تصويب السهام. فتدرب على ذلك مراراً ومراراً حتى غدت مهارته في ذلك فائقة للغاية يستطيع تصويب سهامه إلى أدق الأشياء فيصيبها.

ج- لا يوجد شخص أو مفاوض، إلا ولديه جوانب ضعف في شخصيته مهما بدا لنا هذا الطرف المفاوض/الشخص الآخر قويا ويمتلك مصادر قوة تفوق قوتنا. ولكن جوانب الضعف في مواقف الآخرين يتطلب منا استخدام كل طاقتنا العقلية والمعرفية لاكتشافها. وهذا ما قام به (باريس)؛ إذ لم تخفه قوة إيخيل وجبروته، ولم تثنه عن التصدي له، وإنما كرس جهده ووقته في البحث عن مصادر ضعف (إيخيل) حتى وجدها فاستغلها ضده. فنجح في ذلك بأن ضربه في كعبه فأصاب منه مقتلا، ولم يصوب سهمه على جسد إيخيل لأنه عصي على السهام. لقد غدا كُعب إيخيلْ مثلا يضرب للدلالة على الثغرات الموجودة عند الطرف الآخر.

د- تحييد مصادر قوة الخصم أو إبطالها تضيف قوة إلى قوتك. أليس هذا ما فعله باريس حين تجنب ملاقاة خصمه إيخيل وجها لوجه لأنه يعلم علم اليقين بأنه لن يهزمه بسبب القوة الجسدية التي يتحلى بها؟. وعليه، فضل ضربه بسهم من سهامه التي أعدها لهذه المناسبة، ذلك السهم الذي تدرب على الدقة في التحكم به.

مقومات عملية التفاوض

1- حوار واتصال وتفاعل بين الأطراف المتفاوضة:

ليست عملية التفاوض في جوهرها سوى عملية اتصالية تقوم على عناصر العملية الاتصالية نفسها وما تتطلبه هذه العملية من مهارات الاتصال والتحدث

والاستماع والإصغاء، وطرح الأسئلة، وإدارة الذات أثناء التوتر أو الغضب، ومهارات العمل ضمن فريق من المفاوضين، إلى غير ذلك من المهارات الاتصالية التي تقتضيها العملية الاتصالية- التفاوضية

2- زمان ومكان محددان تقبل بهما أطراف العملية التفاوضية:

المكان عنصر أساس من عناصر العملية التفاوضية. فهو مهم لإعطاء المفاوضين شعورا بالراحة والاسترخاء الأمر الذي سيساعدهم على إجراء المفاوضات. والمكان مهم أيضا لأنه في كثير من الأحيان إنما يشير إلى السيادة وقوة النفوذ. لذا يجب أن لا يفرض أحد من أطراف العملية التفاوضية تفضيله لمكان ما- أو فرضه على الطرف الآخر. إن مثل هذا التفضيل أو الجبر لن يجعل الطرف الآخر مرتاحا في هذه العملية وقد يرفض أن ينجر إلى مكان لم يكن له دور في اختياره أو تحديده أو قبوله. وكذلك الأمر فيما يتعلق بالزمان، أي الوقت الذي ستتم فيه العملية التفاوضية. فلا ينبغي أن يفرض أحد الأطراف على الآخر الزمان الذي ستتفاوض فيه أطراف العملية التفاوضية. فقد يكون الوقت مناسبا لطرف ما وغير مناسب للطرف الآخر. وهذا يعني بأن الوقت غير موات أو مناسب للطرف الآخر. وعليه يجب أن يكون هناك توافق بين الطرفين على هذين البعدين (الزمان والمكان) في العملية التفاوضية.

3- وجود مصالح متعارضة ومصالح مشتركة:

ولعل هذا العنصر من العناصر المهمة في عملية التفاوض؛ فالبشر لا يتفاوضون على أشياء أو قضايا هم متفقون عليها أصلا ولا يوجد بينهم خلاف عليها، بل يتفاوضون على قضايا هم غير متفقين عليها، ويختلفون حولها، كتفاوض المشتري مع البائع على سعر سلعة ما من السلع التي يقيمها كل منهما بطريقة مختلفة عن الآخر، أو تفاوض الوالدين على المدرسة أو الجامعة التي يفضل كل منهما أن يلتحق أحد أبنائهما بها. فالأم قد تفضل مدرسة أو جامعة على غيرها، في حين أن للوالد تفضيلاً آخر.

وهكذا، فإن هذه المصالح المختلفة والمتباينة هي التي تدفعنا للتفاوض حولها من أجل حلها أو التوصل إلى اتفاق ما بشأنها. وفي حالات كثيرة تكون المصالح المختلفة أو المتعارضة بين الأطراف المتفاوضة بمثابة عنصر معطل في العملية التفاوضية (Prohibiting Factor)، أي أنه عنصر ينبع من رغبة كل طرف من الأطراف في تحقيق أفضل النتائج لنفسه في العملية التفاوضية، ومحاولة تعظيم ما يمكن أن يحققه من مكاسب، لذا فإن هذا العنصر لا يسهم في دفع عملية التفاوض قُدُماً ولا يشجع على الاستمرار فيها[2].

وأما عنصر المصالح المشتركة (البيع، وتعليم الأبن كما في المثالين السابقين) فهي بمثابة العنصر الدافع والمسهِّل والمشجِّع (Facilitating Factor) في عملية التفاوض؛ إذ تنبع أهمية هذا العنصر في العملية التفاوضية من رغبة كل طرف من هذه الأطراف في الوصول إلى اتفاق يحقق المصلحة المشتركة لهذه الأطراف. وبذا، يعطي هذا العنصر المسوغ الكافي للتفاوض والاستمرار به، ودونه لن يكون هناك مبرر للتفاوض.

4- وجود هدف وأولويات وبدائل:

ومع أننا سنتحدث عن هذا العنصر من عناصر العملية التفاوضية في الصفحات اللاحقة مفصلا غير أنه يجب التأكيد عليه هنا؛ إذ لا بد من وجود هدف أو أهداف محددة تتفاوض عليها الأطراف المشتركة في العملية التفاوضية. كما أنه لا بد من وجود أولويات لكل طرف من أطراف العملية التفاوضية، وقد تتعارض هذه الأولويات، وهذا التعارض أو الاختلاف هو الذي ستتفاوض عليه الأطراف المتفاوضة.

لكن الأمر الذي لا بد من التشديد عليه هنا هو ضرورة وجود بديل أو بدائل لكل طرف من أطراف العملية التفاوضية تلجأ إليها في حالة تعثر العملية التفاوضية أو انسداد آفاقها. وكلما كانت بدائل الطرف المفاوض كثيرة يكون مركزه التفاوضي قويا. فمثل من يذهب إلى طاولة المفاوضات وليس لديه بدائل متاحة مثل من يذهب

إلى المعركة ولا يملك سلاحا. إن قوة موقفك التفاوضي مرهون إلى حد كبير بعدد البدائل التي تملكها أو المتاحة لك. هل سبق لك وأن رأيت جحراً/ بيتاً للخلد أو القنفذ في التراب أو الرمل؟ إنك ستندهش بكثرة هذه الجحور، فالقنفذ يعمد من ورائها إلى تمويه مكان وجوده في أي منها. فهي بمثابة مخارج/ بدائل للهرب إذا ما حاول أحد صيده. وهكذا تتطلب عملية التفاوض من كل طرف فيها.

5- وجود استراتيجيات وتكتيكات:

تتطلب عملية التفاوض من كل طرف من الأطراف المتفاوضة أن يكون لديها استراتيجيات وتكتيكات مختلفة توجهها في العملية التفاوضية اتجاه تحقيق أهدافها. إن المفاوض الماهر هو المفاوض الذي يحدد بشكل مسبق التكتيكات والاستراتيجيات التي سيستخدمها في تفاوضه مع الطرف الآخر.

6- التوصل إلى اتفاق سليم:

إن العبرة في التفاوض هي في الاتفاق الذي يتوصل إليه المتفاوضون. وهذا يعني بأن التفاوض الناجح هو التفاوض الذي يتوصل فيه الأطراف إلى اتفاق سليم تتوافر فيه معايير النجاح، وأهمها[3]:

أ- أن يشبع الاتفاق المصالح المشتركة لأطراف التفاوض قدر الإمكان، ويحقق حلولاً عادلة للمصالح المتعارضة بينهم.

ب- أن تتم صياغة الاتفاق/ العقد بلغة سليمة لا تثير اللبس، وتحول دون بروز مشكلات فيما بعد عند التنفيذ.

ج- أن يعمل التفاوض على تحسين العلاقة بين الأطراف المتفاوضة في المستقبل، أو على الأقل عدم الإساءة إليها.

د- يجب أن تكون عملية تنفيذ الاتفاق عملية سهلة لا تعترضها عقبات يصعب تجاوزها أو التغلب عليها.

شروط التفاوض

1. الوعي والإدراك: حين تعي الأطراف المتفاوضة بأن الوضع الراهن لكل منها غير مقبول، وغير مرض، فإن ذلك سيدفع بها إلى البحث معا عن مخارج تخرجهم من هذا الوضع، ويدفع بهم كذلك للبحث عن طريقة مناسبة ومجدية تنهي به هذا الوضع القائم.
2. النية والاستعداد للتفاوض: لا بد من توافر النية والرغبة والاستعداد عند كل طرف من أطراف العملية التفاوضية للدخول في عملية المفاوضات من أجل إنهاء الوضع أو الحالة القائمة بينها. إن وجود النية في التفاوض يعني ضمنا تخلّي الأطراف المتفاوضة عن الوسائل الأخرى البديلة عن التفاوض كالقتال، أو القضاء، أو التخريب، أو العنف، أو أية وسائل أخرى. لذا يعدّ عامل النيّة الصادقة والرغبة الحقيقية لدى كل طرف من أطراف التفاوض من أهم العوامل التي تدفع المفاوضين للتسريع في حل المشكلة والعمل على إنهاء الخلاف بين الأطراف. وأما غيابها فيعني أنه لا يوجد مبرر للدخول في المفاوضات أصلا. وحتى إذا ما دخل طرف ما من الأطراف ولم يكن بنيته التفاوض فإن أمد المفاوضات سيطول، أو إن فرص نجاح هذه المفاوضات ستتضاءل، أوإن البحث عن إيجاد حلول للوضع الراهن لن يكون صادقا.
3. الشعور بالعجز: حين يشعر كل طرف من أطراف العملية التفاوضية بعجزه عن حل المشكلة منفرداً، أو حين يشعر هذا الطرف بأنه استنفذ السبل والطرق الأخرى البديلة عن التفاوض كلها، وشعر أنها لم تؤت أكلها، ولم تعد عليه بالنفع، ولم تقده إلا إلى المزيد من تدهور الوضع، عندها سيضطر هذا الطرف إلى إشراك الطرف الآخر في البحث عن حلول تعود عليهما معا بالفائدة؛ إذ ليس أمامهم في هذه الحالة سوى الجلوس معا والبحث معا عن حلول تعود عليهما بالفائدة والمنفعة.
4. النتائج المتوقعة من التفاوض: إن مساهمة أي طرف من أطراف العملية التفاعلية في الدخول في عملية المفاوضات مرهونة بالأرباح التي سيجنيها من العملية التفاوضية، والمنافع التي سيحصل عليها، والنتائج الإيجابية التي ستفضي إليها

هذه العملية. إن أي طرف من الأطراف، في الحقيقة، لن يقبل بدخول أية مفاوضات إن لم يتوقع أن يجني منها فائدة ما.

النتائج المحتملة لعملية المفاوضات

يقوم التفاوض على مبدأ أخلاقي عام يأخذ بعين الاعتبار مصالح الطرف الآخر في العملية التفاوضية، ويوليها اهتماما خاصا، ولكن لسوء الحظ فإننا كثيرا ما نجد بعض المفاوضين الذين لا يعملون وفق هذا المبدأ الأخلاقي؛ حيث نجدهم لا يفكرون إلا في مصالحهم الشخصية، ومنافعهم الذاتية دون أي اعتبار لمصالح الطرف الآخر، أي أن مبدأهم في التفاوض قائم على المبدأ الآتي: أنا أولا، وأنا ثانيا، ثم الآخر ثالثاً.

إن هذا التفكير المفرط في الأنانية، والتعامل مع الطرف الآخر بهذه الطريقة غير الأخلاقية من شأنه أن يعيق عملية التفاوض ويجردها من بعدها الأخلاقي. وهنا نسأل هذا النوع من المفاوضين: ماذا لو فكر الآخر بالتفكير نفسه الذي تفكر أنت فيه؟ كيف ستجري المفاوضات في هذه الحالة؟ ويضع المهتمون بالتفاوض الاحتمالات أو "الألعاب" الآتية التي يمكن أن تقوم بها أو تلعبها أطراف العملية التفاوضية على طاولة المفاوضات[4]:

[2] (-) أنا أخسر (+) الآخر يفوز تنازل	[4] (+) أنا أفوز (+) الآخر يفوز تفاوض
[3] (-) أنا أخسر (-) الآخر يخسر تسوية	[1] (+) أنا أفوز (-) الآخر يخسر إقناع

1- **الاحتمال الأول: منفعة الذات وخسارة الآخر**

لا يهتم المفاوضون الذين يفاوضون وفق هذا المبدأ، ولا يفكرون إلا بأنفسهم. فمصالحهم هي التي تحركهم وتوجههم في عملية التفاوض. وأما الطرف الآخر فهو غير مهم عندهم، فلا يبالون بمصالحه أو مشاعره أو بالأخطار المترتبة عن خسارته في العملية التفاوضية. ويحقق هذا النوع من المفاوضين نجاحاتهم على حساب الآخرين، أو بإخراجهم من حلبة الفوز. المهم في هذا النوع من الأساليب هو فوزهم هم وخسارة الطرف الآخر.

ولسوء الحظ، فإن هذا الأسلوب هو أكثر الألعاب شيوعا وانتشارا بين المفاوضين وبين الناس. ويسمّى هذا الأسلوب بأسلوب "التفاوض الإقناعي"، ذلك لأن المفاوض هنا يستخدم مهارته الإقناعية بطريقة لائقة، ولكنها غير أخلاقية، من أجل دفع الطرف الآخر إلى التنازل عن أهدافه، وانصياعه وخسارته. لذا، فإن أمد هذا الأسلوب وعمره والمنفعة التي يحصل عليها ذات أمد قصير وآني، لأن الطرف الآخرالخاسر لن يقبل بخسارته إلى أمد بعيد، وسيدرك أنه تم خداعه وتضليله بأساليب إقناعية انطلت عليه بسبب قلة خبرته في المفاوضات. لذا سيعود إلى المفاوضات من جديد حين تتغير ظروفه وموازين القوة لديه، لأنه لم يحقق أهدافه.

2- **الاحتمال الثاني: خسارة الذات وفوز الآخر**

ويسمّى هذا الأسلوب أحيانا بأسلوب "التنازل"؛ حيث يبدي من يقبلون بالخسارة لأنفسهم والربح لغيرهم درجة عالية من المراعاة لمشاعر الآخرين، وكسب تأييدهم ونيل رضاهم، ولكن لا تزال تنقصهم الشجاعة والقوة للتعبير عن آرائهم ومشاعرعم واعتقاداتهم والتصرف بناء عليها. فمن السهل تخويف هذا النوع من المفاوضين، أو الناس بشكل عام، لأنهم يستمدون قوتهم من قبول الآخرين لهم، فيسارعون إلى التنازل عن آرائهم من أجل إرضاء الآخرين وكسب تأييدهم ومحبتهم.

وفي حالات كثيرة يتنازل المفاوضون من هذا النوع ليس كسبا لمحبة الطرف الآخر، بل لأنه لا توجد لديهم معايير محددة، أو مطالب واضحة، أو توقعات كبيرة يتوقعونها من الطرف الآخر، ويكتفون بالقدر البسيط الذي حققونه.

3- **الاحتمال الثالث: خسارة الطرفين المتفاوضين**

ويطلق على هذا الأسلوب من أساليب التفاوض "التسوية". ففيه يخسر الطرفان المتفاوضان ولا تتوافر لكل منهما فرص الفوز في إطار الموقف التفاوضي الذي يحكم الجميع: "عليّ وعلى أعدائي". لذا نجد هذا النوع من المفاوضين الذين يستخدمون هذه اللعبة أو النمط التفاوضي يلجأون إلى التسوية، أي إلى البدائل التي تقلل الخسائر المتوقعة للجميع. وعادة ما تؤدي هذه المباراة التفاوضية إلى الإحباط المشترك والشعور بالخسارة لدى الجميع مما يدفع أحد الأطراف أو أكثر إلى قبول ذلك موقفاً مرحلياً مؤقتاً لحين توافر الظرف والموارد التي تسهل له استخدام المباريات الأخرى التي تحقق الفوز.

4- **الاحتمال الرابع: المنفعة للجميع**

إن المفاوضين الذين يختارون هذا الأسلوب من أساليب التفاوض هم الأشخاص الذين يفكرون بمصالح الآخرين ومنافعهم تماما كما يفكرون بمصالحهم ومنافعهم. أي أنهم يبحثون عن فائدة ونفع مشترك لهما. ويتطلب هذا الأمر منهم جهدا كبيرا في البحث عن حلول ترضي الطرفين. كما يتطلب منهم أيضا التخلي عن أنانيتهم والتفكير بمنفعتهم الذاتية؛ إذ تتعاون الأطراف المتفاوضة فيما بينها،بحيث يشعر كل منها بأنه يحقق جزءاً مهمًا على الأقل من أهدافه، وبذلك يفوز الجميع. وهذا هو المدخل الأمثل- إذا توافرت له الظروف المناسبة، وتكون نتائجه عادة محققة لفوز كل طرف من الأطراف المتفاوضة؛ إذ يشعر الجميع بالفوز والمشاركة المتبادلة في المنفعة والعائد المحقق، ويؤدي هذا الشعور والتفكير عموماً إلى أقصى درجة من درجات الالتزام بين الأطراف المتفاوضة.

ويجب التأكيد هنا بأن هذا الأسلوب هو أفضل الأساليب لتكوين علاقات متكافئة بين الناس وبين المتفاوضين لأنه يقوم على الأخلاق، ويستمد شرعيته منها، ويعكس في الوقت نفسه ثقافة التفاوض المبنية على احترام الآخر والتفكير به وبمصالحه مثلما نفكر بأنفسنا ومصالحنا.

مراحل عملية التفاوض

إن تقسيم التفاوض إلى مراحل هو، في الحقيقة، تقسيم وهمي لأن كل هذه المراحل والأنشطة تتداخل في الواقع مع بعضها بعضاً، ولكننا نوضحه هنا للاسترشاد بالخطوات الواجب اتباعها في كل مرحلة من هذه المراحل، وهي:

المرحلة الأولى: التخطيط والاستعداد للتفاوض

المرحلة الثانية: جلسات التفاوض

المرحلة الثالثة: ما بعد التفاوض

التخطيط والاستعداد للتفاوض:

تعدُّ هذه المرحلة أهم مراحل التفاوض إلى الحد الذي يعدّها (فوللر Fuller) هي التفاوض كله؛ فالمفاوضات الناجحة التي تحقق أهدافها تبدأ، برأيه، قبل الجلوس على طاولة المفاوضات لعقد الصفقة بوقت طويل ويذهب (فوللر) في هذا المجال ليؤكد بأن نجاح المفاوضات إنما تعتمد بنسبة عالية على التخطيط المسبق للمفاوضات، تصل عنده إلى ما نسبته 80٪. فالتخطيط السليم هو الذي يمنحهم ثقة عالية وجاهزية مرتفعة للبدء بالمفاوضات(5).

ولكن ماذا يتم في هذه المرحلة التي تسبق المفاوضات الفعلية بين الأطراف المتفاوضة؟ في الحقيقة، إنها تشمل كل شيء: تحديد أهدافك، والأهداف المتوقعة للطرف الآخر، واستراتيجياتك، والاستراتيجيات المتوقعة للطرف الآخر كذلك، والتكتيكات التي ستستخدمها، والتكتيكات التي تتوقع بأن يستخدمها الطرف الآخر

معك، وتحديد بدائلك إذا ما تعثرت المفاوضات، وتخمين البدائل المتاحة أمام الطرف الآخر. فإن قمت بهذه الخطوات فاذهب إلى المفاوضات بروح معنوية عالية وثقة نفسية مرتفعة لأنك قمت بالتحضير اللازم وبالاستعداد المطلوب. عندها يندر أن تكون هناك مفاجآت مربكة وغير متوقعة.

ونظرا لأهمية هذه الخطوة فسنقوم بوضعها على شكل نقاط تساعدك على تذكرها والعمل وفقا لها، وهي:

1. تحديد الأهداف المتوقعة. أهدافك أنت، وأهداف الطرف الآخر كذلك.
2. تقييم دوافع الطرف الآخر ومصالحه ورغباته، وتحديد المصالح المتوافقة والمتعارضة بينكما.
3. تقييم نقاط القوة والضعف لكل طرف (أنت وهم).
4. تحديد النقاط موضوع المفاوضة.
5. تحديد احتمالات وإمكانيات التعاون والصراع الكامنة في الموقف.
6. تحديد الحاجة إلى المعلومات ثم جمعها.
7. تحليل الإستراتيجية المحتملة للطرف الآخر.
8. اختيار إستراتيجياتك المناسبة والملائمة لتحقيق أهدافك.

جلسات التفاوض:

وبعد أن تكون قد "حضرت درسك" تحضيرا جيدا، وخططت للمفاوضات بشكل دقيق، كما أوضحنا في الخطوة السابقة للمفاوضات، اذهب إلى المفاوضات وأنت واثق من نفسك ثقة كبيرة. فجلسات التفاوض ليست سوى الحوار الذي سيجري بينك وبين الطرف الآخر الذي كنت قد رسمت لمساراته والطريقة التي سيأخذها سيناريو مسبقا في مرحلة التخطيط والتحضير أو الاستعداد له [6].

ما بعد التفاوض:

بعد انتهاء المفاوضات بين الأطراف المتفاوضة، وبصرف النظر عن نوع هذه

المفاوضات سياسية كانت أو تجارية أو اجتماعية، يقوم كل طرف من الأطراف المتفاوضة بتقييم ما تمخض عن مفاوضاتهم وما أسفرت عنه من نتائج، ومدى انسجام هذه النتائج وتحقيقها للأهداف التي وضعها كل طرف منهم قبل الدخول الفعلي في عملية التفاوض.

استراتيجيات التفاوض

يعدد المهتمون بالتفاوض استراتيجيات عديدة لا حصر لها، ويلجأون إلى أسس عديدة يصنفون هذه الاستراتيجيات وفقا لها. وبسبب هذه الكثرة والتعدد ارتأينا عدم زجك بها كلها. ومع ذلك نود أن نؤكد لك هنا بأنه مهما تعددت استراتيجيات التفاوض فإنها لا تخرج عن النوعين الآتيين:

1- **استراتيجية التعاون أو المصلحة المشتركة بين الأطراف المتفاوضة:** وتهدف إلى التوصل إلى اتفاق مشترك يعود بالنفع والفائدة على الطرفين ويسوده التعاون والثقة المتبادلة.

2- **استراتيجية الصراع والعداء:** وترمي إلى تحقيق ميزة أو مكسب لأحد الطرفين على حساب الآخر، ويسودها الصراع والشك وعدم الثقة بين الأطراف المتفاوضة. وعلى الرغم من أن جميع من يمارسون استراتيجيات الصراع في مفاوضاتهم لا يعلنون موقفهم العدائي من الأطراف التي يتفاوضون معها غير أنهم يمارسون في حقيقة الأمر ذلك فعلا معتمدين على ما يلي في تفيذ استراتيجيتهم:

أ- إنهاك الطرف الآخر واستنزافه وإعياؤه.

ب- تشتيت قدراته.

ج- إحكام السيطرة على الطرف الآخر.

د- التدمير الذاتي.

أنواع التفاوض

هناك نوعان مختلفان من التفاوض. لكل نوع منهما مبادئه ومرتكزاته وأهدافه التي يرتكز إليها وينطلق منها، وهما:

1- التفاوض الموقفي (Positional Negotiation)

2- التفاوض المبدئي: (Principled Negotioation)

أولا: التفاوض الموقفي

يركّز هذا النوع من التفاوض على المواقف (Positions) أو الظروف بدلاً من المصالح. ونود أن نؤكد هنا بأن كلمة موقف هنا لا يعني الثبات أو التمسك بالمبدأ كما قد توحي به الكلمة للوهلة الأولى. وإنما تعني عكس ذلك تماما. إنها تعني بأن الموقف الذي يجد المفاوض نفسه فيه هو الذي يحدد نمط تفاوضه وطريقة تعامله مع الطرف الآخر الذي يفاوضه. فالمفاوضون الذين يستخدمون التفاوض الموقفي يبدلون من نمط مفاوضاتهم ويغيرونها بناء على الظرف أو الموقف الذي يجدون أنفسهم فيه[7].

ففي بعض المواقف يستخدمون الشدة والصرامة والتصلب مع الطرف الآخر، ويسمّوْن في هذه الحالة المفاوضون المتشددون (Hard Negotiators). وفي حالات ومواقف وظروف أخرى يلجأ المفاوضون الموقفيون إلى اللين أو التساهل؛ لأن الموقف يتطلب منهم ذلك، ويسمّوْن في هذه الحالة المفاوضون المتساهلون (Soft Negotiators).

وفي الحقيقة فإن المفاوضين الذين يستخدمون التفاوض الموقفي يحصرون أنفسهم في تلك المواقف التي يجدون أنفسهم فيها، سواء كان موقفا متشددا أو موقفا متساهلا. لذا ينطوي عليه مخاطر عديدة، يمكن إبراز أهمها بما يلي[8]:

1- التوصل إلى حلول غير مجدية، وغير حكيمة تسبب خسارة للطرفين، أو لا تحقق المكاسب الممكنة للطرفين.

2- التفاوض والمساومة على المواقف تخلق دوافع تعطل عملية التوصل إلى حلول تحقق مصالح الطرفين المتفاوضين.

3- عدم الكفاءة في استخدام الوقت، لأن من مصلحة كل طرف التمسك بموقفه لأطول وقت ممكن.

4- الإساءة للعلاقة الراهنة، وتعريض العلاقة المستقبلية بين أطراف العملية التفاوضية للخطر.

5- لا يستند هذا النوع من التفاوض إلى القيم الأخلاقية، ولا تتمتع بالشفافية.

وحتى تكتمل لك خصائص التفاوض الموقفي بشكل جلي والمثالب التي ينطوي عليها سنقوم بتوضيح خصائصه بشكل أوفى من خلال تحديد خصائص المفاوضين الذين يستخدمونه نمطاً من أنماط مفاوضاتهم مع الآخرين.

أ- خصائص النمط المتساهل في التفاوض(أنا أخسر والآخر يفوز):

ينظر المفاوضون الذين تتسم مفاوضاتهم باللين والتساهل إلى المفاوضين الذين يتفاوضون معهم بأنهم أصدقاء لهم. وعليه فإنهم يتميزون بما يلي[9]:

- هدفهم من العملية الاتصالية هو الوصول إلى اتفاق بأي ثمن.
- يقومون بتقديم تنازلات من أجل تحسين علاقاتهم بالطرف الذي يتفاوضون معه.
- يتصف هؤلاء المفاوضون بالتساهل واللين مع الأطراف التي يتفاوضون معها
- يثقون في الآخرين.
- يتساهلون في تغيير مواقفهم، ومرنون في تقديم عروض جديدة من أجل دفع العملية التفاوضية إلى الأمام حتى لو أضر ذلك بمواقفهم التفاوضية، لأن هدفهم في الأساس هو الوصول إلى اتفاق بأي ثمن.

- يفصحون مقدما عن الحد الأدنى الذي سيقبلون به من العملية التفاوضية.
- يقبلون التضحية ليصلوا إلى اتفاق.
- يبحثون عن الإجابة التي يقبلها الطرف الآخر.
- يصممون على الاتفاق بأي ثمن.
- يخضعون للضغط ويستسلمون له.

ب- خصائص النمط المتشدد في التفاوض(أنا افوز والآخر يخسر):

خلافا للنوع السابق من المفاوضين المتساهلين، يتسم هذا النوع من المفاوضين بأنهم ينظرون إلى الطرف الذي يتفاوضون معه بأنه خصم لهم. وفي ضوء ذلك فإن تفاوضهم يتصف بما يلي:

- هدفهم الرئيسي من المفاوضات هو الفوز
- يطلبون تنازلات من الطرف الآخر شرطاً مسبقاً لاستمرار العلاقة بينهما أو للدخول في العملية التفاوضية.
- يأخذون موقفاً متشدداً من المشكلة والبشر.
- لا يثقون في الآخرين.
- يستخدمون التهديد.
- لا يفصحون عن الحدّ الأدنى من الفاوضات.
- يطالبون بمصالحهم ولو أدى هذا إلى إنهاء المفاوضات.
- يبحثون عن الإجابة التي يقبلونها هم وتتوافق مع مصالحهم وليس مصالح الطرف الآخر.
- يصممون على مواقفهم ولا يغيرونها.
- يستخدمون الضغط على الآخرين

ثانياً: التفاوض المبدئي

يهدف هذا الأسلوب إلى تفادي مخاطر التفاوض الموقفي (المتساهل والمتشدد) وسلبياته وذلك بالتركيز على المصالح الأساسية والخيارات المرضية للأطراف المتفاوضة، وعلى المعايير العادلة المنصفة التي تفضي بالعادة إلى اتفاق ودّي وحكيم بالمقارنة بأسلوب التفاوض الموقفي. لذا يعد هذا الأسلوب التفاوضي بديلا عن الأسلوب السابق. وقد طور هذا الأسلوب من أساليب التفاوض، في الحقيقة، مجموعة من الباحثين في جامعه هارفارد، وفي مقدمتهم (روجر فيشر، وسكوت براون، ووليام يوري، وبروس باتون)، وذلك ضمن مشاريع هذه الجامعة، أطلقوا عليه "مشروع جامعة هارفارد للتفاوض".

ويهدف هذا المشروع إلى تزويد المفاوضين بمهارات للتفاوض تكون بديلة لنمط التفاوض الموقفي، الذي ساد وما يزال، لسوء الحظ، المفاوضات بين الناس بشكل عام. ويسمّى التفاوض الجديد الذي دعا إليه هؤلاء الباحثون بالتفاوض "المبدئي"، أي التفاوض المستند إلى المبادئ، وإلى الجدارة الأخلاقية في المفاوضات "التفاوض على الجدارة" (Negotiation on the Merit)؛ حيث تكمن العلة في الأسلوب الموقفي، حسب رأيهم، بالتقلب بين اللين والتساهل أوالتصلب والتشدد دون مراعاة للمبادئ الأخلاقية التي يجب أن توجه المفاوضين، في مفاوضاتهم.

أركان التفاوض المبدئي

يقوم هذا الأسلوب التفاوضي على أربعة أركان جوهرية من أركان العملية التفاوضية تتعلق بالبشر، والمصالح، والبدائل، والمعايير التي ينبغي مراعاتها واتباعها عند قيامنا بأية مفاوضات، وهي[10]:

1- الفصل بين البشر ومشكلاتهم

يهدف هذا الركن من أركان التفاوض المبدئي إلى تجنب اختلاط المسائل والمواقف الموضوعية مع المشكلات الإنسانية. وهذا هدف نبيل وسام؛ لأنه يقوم على

التعامل مع المشكلات الناجمة عن البشر ولا يسيء إلى البشر أنفسهم. فهناك فرق كبير وجوهري بين أن تتعامل مع مشكلات البشر وتسعى إلى معرفة أسبابها ودوافعها والنتائج المترتبة عنها الأمر الذي سيفضي إلى حلها أو إدارتها، وبين أن تسيء إلى البشر وتحملهم مسؤولية التسبب بهذه المشكلات، وتتهمهم بتهم قد تسيء إليهم ولا تسهم في حل تلك المشكلات، بل تعمل على تفاقمها. فللبشر قيم وعواطف ووجهات نظر قد تتشابك مع المشكلة.

2- التركيز على المصالح بدلاً من المواقف

إن المشكلة أو المشكلات المطلوب حلها ليست الاختلاف في المواقف، إنها الاختلاف في المصالح، والاحتياجات، والاهتمامات، والمخاوف؛ إذلا بد أن تكتشف المصالح والاحتياجات خلف المواقف، وذلك بتصنيف المصالح والاعتراف بها وطرحها بوضوح، ثم تمييز المشكلة وعزلها كي يبدأ الهجوم عليها من الطرفين بعدّها مشكلة مشتركة بينهما ويكون الهجوم شديداً وبعقل مفتوح يعكس الالتزام الدقيق بالمصلحة المشتركة تجاه المشكلة المشتركة.

3- إيجاد بدائل في صالح الطرفين

يؤكد المهتمون بالتفاوض بأن اختلاف المصالح بين البشر قد يسهّل وصولهم إلى اتفاق إذا ما تم تنشيط التفكير الابتكاري المتحرر من القيود، أو ما يسمى بالعصف الذهني أو استحلاب الأفكار (Brainstorming).

4- المعايير الموضوعية

التفاوض على أساس معيار موضوعي مستقل عن إرادة الأطراف، ذلك لأن المعيار هو شرط ضروري لحل مشكلة توزيع المكاسب في التفاوض. ولكن ماذا تفعل إذا كان الطرف الآخر أقوى منك؟ في هذه الحالة، عُدْ إلى بدائلك، وحاول تحديد مصادر قوتك وقوة الطرف الآخر، ونقاط الضعف عندك وعند الطرف الآخر، وفي

ضوء ذلك استثمر عناصر القوة الموجودة لديك، بحيث تحصل على أفضل اتفاق ممكن، وإن لم تستطع فحاول أن تحمي نفسك من قبول أي اتفاق كان من الأفضل لك أن ترفضه، وذلك في ضوء البدائل المتاحة أمامك.

خصائص التفاوض المبدئي

يختلف أسلوب المفاوضين الذين يتبعون هذا النوع من التفاوض كلية عن أسلوب المفاوضين في التفاوض الموقفي. فهم لا ينظرون إلى من يتفاوضون معهم بأنهم أصدقاء، كما في حالة المتساهلين، ولا يعدّهم خصوماً، كما في حالة المتشددين، بل يركزون على المشكلة أو الموضوع الذي يتفاوضون عليه. واستنادا إلى ذلك تختلف نظرتهم وموقفهم من العملية التفاوضية والأسس والمعايير التي توجههم في السير فيها من أجل التوصل إلى اتفاق يرضي الطرفين. ويمكن تلخيص أهم خصائص المفاوضين الذين يتبعون التفاوض المبدئي بما يأتي[11]:

- يهدفون إلى اتفاق سليم يتم التوصل إليه بكفاءة وود.
- يفصلون بين المشكلة والبشر.
- يتساهلون مع البشر ويتشددون مع المشكلة.
- يركزون على المصالح وليس على المواقف.
- يستكشفون المصالح الحقيقية بينهم كأطراف متفاوضة.
- يتجنبون تحديد حد أدنى مقدماً يقبلون به في مفاوضاتهم.
- يبتكرون بدائل تحقق مصلحة الطرفين.
- يبتكرون خيارات متعددة للانتقاء منها؛. ويقررون فيما بعد
- يصرون على استخدام معايير موضوعية مستقلة عن الرغبات.
- يخضعون للمبدأ وليس للضغوط

البعد النفسي في عملية التفاوض

توجد أربعة أنماط رئيسة من المفاوضين الذين يمكن أن تجتمع بأحدهم على طاولة المفاوضات، أو بهم كلهم إذا كانوا يعملون ضمن فريق تفاوضي. لذا يتوجب

عليك معرفة خصائص كل نمط من هذه الأنماط وإيجابياته وسلبياته حتى تتمكن من التعامل معه بطريقة إيجابية وفاعلة. فنمط شخصية المفاوض تحدد في كثير من الأحيان سير العملية التفاوضية، وتتحكم في النتائج التي تتمخض عنها. ونود أن نؤكد هنا بأنه لا يوجد نمط من هذه الأنماط أفضل أو أسهل أو أعقد من غيره في المفاوضات. فهذا اعتقاد خاطئ، عليك التخلص منه. فقد تتوافر الأنماط الأربعة في شخص واحد في موقف ما من المواقف التفاوضية، ومع ذلك تبقى بعض الخصائص البارزة أكثر من غيرها عليه. إن الأمر المهم الذي عليك معرفته هو تحديد هذه الخصائص البارزة في شخصيته لتستطيع التعامل معها وفقا للأساليب العلمية والنفسية. وهذه الأنماط هي[12]:

1. النمط الواقعي:

يتصف الأفراد الذين يستخدمون هذا النمط بالهدوء، والصبر، والواقعية وتركيزهم على الحاضر، والدقة، والقدرة على إثبات ما يعرضونه، وتمسكهم بالحقائق التي تتحدث عن نفسها. كيف يمكنك الآن التفاوض مع هذا النوع من المفاوضين في ضوء هذه المعرفة بخصائصهم؟

- كن دقيقا في عرضك للحقائق أمامهم.
- استخدم الفعل الماضي في حديثك معهم، مثل: تبين معنا في المرات الماضية، أو ما بينته نتائج الدراسات، ما تمت تجربته سابقا إلخ).
- كن استنتاجيا معهم (أي تحرك من الحقائق إلى المبادئ).
- كن على دراية بالمعلومات المرتبطة بالموضوع، بما في ذلك التفاصيل لأنهم أشخاص دقيقون للغاية في هذه الأمور).

2. النمط الابتكاري:

يتصف الأفراد الذين يستخدمون هذا النمط بقدرة كبيرة على التخيل، وبقدرة على الانتقال من موضوع لآخر بسرعة، وبمزاج متقلب، وبسرعة في الحركة، وبأسلوبهم الاستنتاجي في حل المشكلات والوصول إلى المستقبل

التفاوض مع شخص ذي نمط ابتكاري:

- ركّز على الموقف بصفة كلية.
- ركّز انتباهك على المستقبل
- حاول أن تجاري خيالهم وابتكاريتهم.
- كُن سريعاً في ردود أفعالك (انتقل سريعاً من فكرة لأخرى).
- استخدم ردود أفعالهم وابنِ عليها.

3. النمط المقيم:

يتصف الأفراد الذين يستخدمون هذا النمط بأنهم يقومون بإصدار الأحكام وينظرون للأمور ويقيمون الحقائق استناداً إلى مجموعة من القيم الشخصية التي يؤمنون بها. وفي ذلك يحاولون استمالة المشاعر ويقدمون العروض المغرية ويقترحون الكثير من المكافآت والحوافز للامتثال لأرائهم وعادة ما يحاولون الوصول إلى الحلول الوسط.

التفاوض مع شخص ذي نمط مقيم:

- ابنِ علاقات وثيقة معه في بداية التفاوض مباشرة.
- إبدِ اهتمامك بما يقوله.
- حاول التعرف على القيم التي تؤثر عليه وتكيّف بناء عليها.
- كن مستعداً للحلّ الوسط.
- خاطب مشاعره.

4. النمط التحليلي:

يستخدم هؤلاء الأفراد المنطق وعلاقات السببية بدرجة عالية، وهم في العادة غير عاطفيين، ولديهم قدرة على مواجهة الآخرين بشيء من الحدية وعدم اللباقة مما قد يجعلهم يفقدون الأصدقاء.

التفاوض مع شخص ذي نمط تحليلي:

- استخدم المنطق في نقاشك.
- ابحث عن الأسباب والآثار.
- حلل العلاقة بين العناصر المختلفة للموقف أو المشكلة المعروضة.
- كن صبوراً.
- حلّل البدائل المتنوعة بمزاياها وعيوبها.

أوجه القصور السلوكية في الأنماط التفاوضية

الابتكاري	الواقعي
- غير صبور في التعامل بالتفاصيل - غير دقيق في عرض البيانات. - غير واقعي وغير عملي بدرجة ما. - يعتمد على معلومات غير موثوق فيها. - غير جيد في الإجابة عن الأسئلة المحددة.	- خياله ضعيف جداً. -لا يرى الصورة الكلية. - يضيّع الكثير من وقته في التفاصيل. - يعتمد بكثرة على التجارب الماضية. - بطيء.
المقيم	**التحليلي**
- يقبل بعض الآراء الجديدة دون التحقق من صحتها. -تنقصه القدرة التحليلية المنطقية. - يخلط ما بين الآراء والأشياء والأفراد. - يستخدم طرقاً غير منطقية في إعطاء المسببات. - ينتقد بشدة تحليل الآخرين. - نظرته جزئية وحكمه شخصي.	- يتمتع بالمواجهة والنقاش العنيف. - تنقصه الحصافة في النقاش. - يواجه المشكلات في علاقته بالآخرين. - يقع في الأخطاء أثناء تعرفه على القيم والأفراد والأشياء.

تكتيكات التفاوض وطرق التعامل معها

لعلك لا تزال تذكر أركان التفاوض الموقفي القائم على تكتيك اللين وتكتيك التشدد، ولعلك ما تزال تذكر أيضا المخاطر غير الأخلاقية التي ينطوي عليها استخدامه نهجاً تفاوضياً ليس في الجانب السياسي والتجاري فحسب بل في مناحي الحياة الاجتماعية جميعها. وقد تخلى العديد من الباحثين في علم التفاوض عن استخدامه وحثوا المفاوضين إلى التخلي عنه، واستبداله بنهج يقوم على الأخلاق، ويفضي إلى نتائج تعود بالنفع على أطراف العملية التفاوضية ألا وهو النهج المبدئي. إن هذا المبدأ، كما بينا لك، يستمد شرعيته الأخلاقية من المبدأ الذي يقوم عليه النهج التفاوضي وهو "تحقيق المصلحة للجميع" أي أنا أفوز، والطرف الآخر يفوز أيضا.

ومع ذلك قد تجد نفسك في بعض المواقف التفاوضية مضطر إلى استخدام نهج التفاوض الموقفي ردة فعل لاستخدام الطرف الآخر الذي تتفاوض معه لمثل هذا النهج من التفاوض. ففي هذه الحالة يكون الطرف الآخر قد دفعك دفعا إلى استخدامه وأنت غير راض أبدا عن ذلك. فماذا تفعل في مثل هذه الحالات التفاوضية؟

هناك خياران أمامك في مثل هذه الحالات. إما أن توقف سير المفاوضات لأن رغبة الطرف الآخر ونيته الصادقة غير متوافرة في هذه الحالة وتعود إلى بدائلك المتاحة، وإما أن تلعب "اللعبة" غير الأخلاقية التي يلعبها معك. عليك أن تقرر ذلك في ضوء الظروف والمعطيات والبدائل والخيارات المتاحة لك. ولكن إذا ما قررت بأن تلعب لعبته وتستمر في التفاوض، فعليك أن تكون ملما بتكتيكات التفاوض من هذا النوع والألعاب التي يلعبونها فيه، أي التفاوض الموقفي. لذا سنزودك بأهم تكتيكات هذا النهج التفاوضي غير الأخلاقي وأكثرها شيوعا واستخداما في المفاوضات؛ إذ من الصعب تزويدك بها كلها؛ لأنها كثيرة ويصعب حصرها. وعليك أن تتذكر مرة أخرى

بأن تزويدك بها لا يعني إقرارنا باستخدامك لها في تفاوضك مع الآخرين، بل لتتعرف عليها وتلم بها لتعرف كيف تواجهها وتستخدمها[13].

وضع العراقيل أو إلقاء العقبات Stonewalling

من أكثر الأمور المحبطة للآمال والتوقعات أثناء سير العملية التفاوضية أن تجد الطرف الذي تتفاوض معه يضع العراقيل والعقبات أمام العروض التي تقدمها له لإحباط أو إفشال التوصل إلى اتفاق. فهو لا يستجيب لهذه العروض أو المقترحات إلا بكلمة "لا" بصرف النظر عما تقدمه من اقتراحات أو تنازلات، وذلك تكتيكاً يستخدمه بهدف خلق شكوك بنفسك وبمقترحاتك بأنها غير كافية. ولكن ما الأسباب التي تدفع المفاوض إلى استخدم هذا التكتيك المتشدد، أي وضع العراقيل والعقبات أمامك؟ هناك، في الحقيقة، أكثر من سبب، ويمكن تلخيصها بما يلي[14]:

أسباب استخدام هذا التكتيك:

1. لأنه ليس في نيته التوصل معك إلى اتفاق ما لم يحصل منك على صفقة مغرية لا يمكن مقاومتها.
2. ربما يكون في نيته التوصل إلى اتفاق ولكنه يأمل جراء استخدامه هذا الأسلوب أن تقدم له المزيد من التنازلات أو العروض بحيث يكون كل عرض تقدمه له أفضل من سابقه.
3. من أجل أن يفقدك توازنك ورباطة جأشك وترتكب بعض الأخطاء التي سيستغلها ضدك.
4. يريد أن يوصل لك رسالة مفادها أنه مفاوض شديد وعنيد، يتوجب عليك أن تقلل من توقعاتك أمامه.
5. لأنه قد لا تكون لديه معرفة واضحة ودقيقة بطبيعة ما ستكون عليه الصفقة. لذا يلجأ إلى وضع عراقيل أمامك ليرى ما مدى قدرتك على تقديم تنازلات أو عروض حتى يتسنى له صياغة وبلورة عرضه/ عروضه.

6. لأنه يعرف أنك واقع تحت وطأة موعد نهائي ما (Deadline) سيضطرك إلى تقديم المزيد من التنازلات أو العروض الأفضل له.

كيف تواجه هذا التكتيك:

- قاوم الشكوك التي حاول أن يزرعها في نفسك حول عروضك التي تقدمت بها.
- تجاهل تعويقه لك، واستمر بتقديم عروضك، وانتقل إلى عرض آخر أو اقتراح آخر من مقترحاتك.
- حدّد له موعداً نهائياً لإنهاء المفاوضات.
- إذا لم تفلح: أوقف المفاوضات لعدم جدواها.

وفي الحقيقة، تؤكد كل الشواهد والأدلة والتجارب الشخصية والعلمية أيضا بأن عدم التوصل إلى عرض يرضيك خير لك من التوصل إلى اتفاق أوعرض ضعيف وهزيل لا يرضيك. ومع ذلك عليك أن تتذكر بأنه إذا ما توقفت عن التفاوض فلا تقفل باب التفاوض، لأنه إذا ما عاد في المستقبل ليفاوضك من جديد سيجد الباب مفتوحا، وسيكون موقفك أقوى من موقفه في هذه الحالة.

قبول العرض أو تركه "الباب يدخل منه الجمل" (Take it or leave it)

يقوم هذا التكتيك أو الأسلوب الذي يستخدمه الطرف الآخر معك على وضعك في موقف لا تجد أمامك إلا أحد الخيارين: إما أن تقبل العرض الذي يقدمه لك بشروطه هو، وإما أن ترفضه. فقد تجد نفسك أمام الموقف الآتي: "هذه مواصفات العرض الذي أقدمه لك: فإما أن تقبله كما هو، وإما أن تنسى الأمر كله. فإن قبلته فأهلا وسهلا، وإن لم يناسبك أو يرضيك فبإمكانك أن ترفضه، والباب مفتوح على مصراعيه أمامك بإمكان جمل ضخم أن يدخل منه.

كيف تواجه هذا التكتيك:

يريد مَنْ يستخدم هذا الأسلوب المتشدد معك أن يوهمك بأنه واثق من العرض الذي يقدمه لك. وهذا هو الهدف الحقيقي الذي يريدك أن تتوصل إليه. لذا عليك أن تواجهه كما يلي:

1. استمر بالمفاوضات، واستمر بتقديم عروضك متجاهلاً تهديده أو إنذاره لك. فإذا لم يبادر بترك قاعة المفاوضات فاعلم أنه لم يكن جاداً بما كان يقوله وإنما هو مجرد تظاهر وادّعاء.
2. تأمل بدائلك وادرسها جيداً: فإذا كانت بدائلك أفضل من المعروض عليك فلا بأس بأن تتوقف عن المفاوضات، ولكن قُل له: لا يمكنني قبول عرضك، وسأترك القاعة، ومع ذلك إذا ما غيّرت رأيك وأردت التفاوض فأعلمني بذلكْ. إن تصرفك معه بهذا الأسلوب غالباً ما يدفع به لتليين موقفه وتراجعه عن إنذاره بل وطلبه منك بأن لا تغادر القاعة. ولكن إذا لم يغيّر من أرائه واستمر بإنذاره لك، فاترك فعلاً القاعة، وعد إلى بدائلك مجددا.
3. حاول أن تختلق منافساً وهمياً بديلاً، إذا كان ذلك ممكناً، مؤكداً له أن هذا البديل أعطاك عروضاً أفضل من عروضه. صحيح أن هذا الاختلاق قد يضر أحياناً بموقفك التفاوضي إذا لم تحسن استخدامه، ومع ذلك فإنه يخولك معرفة مدى جديّة إنذار الطرف الآخر لك.

تكتيك السامري المخلص Samaritan Technique

خلافا للأسلوبين السابقين اللذين يقومان على التشدد والتصلب في الموقف التفاوضي نجد هذا الأسلوب يقوم على اللين والنصح بهدف إقناعك بأن العرض الذي أمامك هو عرض من صالحك أن تقبل به، وسيعود عليك بالنفع. ويتمادى المفاوض الذي يلجأ إلى هذا التكتيك اللين في التفاوض في نصحه لك زاعما بأن مصلحتك هي مصلحته، وأنه يقدم لك معروفا عليك أن تقبله لأنك عزيز عليه بسبب

ارتباطك بعلاقة ودية مع أحد أقاربه أو أصدقائه أو معارفه. وقد ينطلي عليك هذا الأسلوب لأن المفاوض في هذه الحالة يبدو وكأنه يسدي لك نصيحة تعود بالفائدة، كما أنه لا يهاجمك ولا يقلل من شأن موقفك مما قد يدفعك لقبول ما يقدمه لك من عرض أو عروض.

كيف تواجه هذا التكتيك:

1- لا تأخذ كلامه على محمل الجد، ولا تقع فريسة تظاهره بالنصح والإخلاص.

2- أجبره على أن يتوقف عن النصح ليركز بدلاً من ذلك على الأرقام والحقائق والبيانات.

تكتيك الشرطي الطيب/الشرطي الشرس(Good Cop-Bad Cop Caper)

يقوم هذا الأسلوب على حيلة تبادل الأدوار لتقويض موقفك التفاوضي وزعزعة ثقتك بنفسك؛ إذ يلعب عضو من أعضاء الفريق الذي تتفاوض معه دور المفاوض/ الشرطي الشرس أوالعنيد والمتصلب برأيه ومواقفه، ويلعب مفاوض آخر دور المفاوض/ الشرطي اللين والرقيق واللطيف. وفي هذه الحالة يجد بعض المفاوضين ممن تنقصهم الخبرة الكافية في التفاوض أنفسهم ميالين إلى قبول العرض الذي قدمه لهم المفاوض الطيب بسبب طيبته وتفهمه لمشاعرهم. ولكن عليك أن تعلم جيدا بأن هذا الأسلوب متفق عليه بينهم، أي أنهما وزعا هذين الدورين بينهما قبل التفاوض لدفعك نحو الشخص الطيب وما يقدمه لك من عروض أو تنازلات.

كيف تواجه هذا التكتيك:

1. لا تخضع لضغوطات الشرس أو الشرير ولا تخف من تهديداته وهجومه على عروضك.
2. تريث، ولا تنفعل، ولا تتسرع بقبول موقف الطيب
3. لا تجعل تهديدات الشرس تفقدك ثقتك بنفسك وبجدوى عروضك.

4. لا تتقبل نصائح أو عروض الطيب مهما اتسم بالوداعة وتظاهر بالنصح وادعى وقوفه لجانبك.
5. ادرس عروضك جيداً قبل أن تتقدم بها إلى طاولة المفاوضات وتأكد من معقوليتها وتحقيقها لأهدافك.

التهديد بالانسحاب من المفاوضات Walkout Technique

يلجأ بعض المفاوضين إلى هذه الحيلة من أجل إحراجك، أو إصابتك بالصدمة، أو تشكيك بأهليتك وجدارتك في التفاوض، أو بسوء إدارتك للعملية التفاوضية مما قد يدفعك إلى تقديم بعض التنازلات.

كيف تواجه هذا التكتيك:

1. لا تحرج، ولا تفقد الثقة بنفسك. بل قاوم الشكوك التي يريد أن يخلقها لديك الطرف الآخر.
2. أعلم الطرف الآخر بأنك ستترك المفاوضات إذا لم يحصل بعض التقدم فيها.
3. إذا تراجع الطرف الآخر عن تهديداته بالانسحاب ولم يغادر القاعة فاعلم أنه كان غير جاد بالانسحاب.
4. إذا لم يطرأ تقدم على سير المفاوضات فالأجدر بك أن تنسحب، فالانسحاب هنا سيزيد من مصداقيتك في المرات القادمة.

المطالب غير القابلة للتفاوض (Non - Negotiable Demands)

يلجأ الكثير من المفاوضين إلى استخدام تكتيك قد يبدو للوهلة الأولى بأنهم على حق. بمعنى آخر قد تجد نفسك تفاوض طرفا يدّعي بأن هذا الموضوع أو هذه القضية أو أن هذا البند من بنود الاتفاق غير قابل للتفاوض، لذا فمن الأفضل عدم التحدث أو التفاوض حوله. وليس هذا الادعاء في حقيقة الأمر سوى تكتيك يهدف صاحبه الوصول إلى بعض التنازلات منك.

كيف تواجه هذا الأسلوب:

1. لاتقبل هذا الادعاء أو المطلب بشكله الظاهر، بل تعامل معه على أنه مُجرد كـلامْ أو مجرد تكتيك، فكثيراً من القضايا الـتي يـزعم الطـرف الآخـر أنهـا غـير قابلـة للتفاوض إنما هي في الحقيقة قضايا قابلة للتفاوض.
2. اصبر ولا تنفعل، بل تفحص الحجج التي يقدمها هذا المفاوض في دفاعه عن هذه المطالب. فقد يتضح لك زيفها أو ضعفها أو عدم جديتها.
3. اقنع الطرف الآخر بضرورة التخلي عن هذا الخداع من أجل دفع المفاوضات إلى الأمام.
4. احفظ له ماء وجهه إذا قبل برأيك.

وعليك أن تتذكر أن اللجوء إلى هذا الأسلوب كثيراً ما يخلق جواً من العداء بين المتفاوضين قد يفضي إلى إنهاء المفاوضات.

القضم التدريجي Nibble –Nibble –Nibble Technique

يعدّ هذا الأسلوب من أكثر الأساليب المستخدمة بنجاح علـى نطـاق واسـع في معظم مجالات الحياة اليومية، وليس في المجال التفاوض وحده. وهو أسلوب يقوم على تجزئة الطلب وتقسيمه إلى طلبات بسيطة وصغيرة تقـود في النهايـة إلى تحقيـق الطلـب الكبير الذي يفاوض عليه من يستخدم هذا الأسـلوب، وذلـك عمـلا بالمبـدأ القائـل: حجر على حجر على حجر تبني بيتا.

ففي كثير من المواقف اليومية، وفي المفاوضات أيضا لا نستطيع الحصـول علـى كل ما نريده مرة واحدة، لذا نلجأ إلى تجزئته إلى طلبات صغيرة لا تلفت النظر. ولكـن إذا ما جمعنا هذه الجزئيات فستعادل أو تساوي طلبنا كله الذي لم نستطع الحصول عليه مرة واحدة. فالشاب الذي يريد خمسين دينارا، على سبيل المثال، لشراء موبايل/ جوال قد لا يستطيع الحصول على هذا المبلغ كله مرة واحدة من أهله. لـذا، يلجـأ إلى تجزئـة المبلغ، فيطلب من والده خمسة دنانير، ثم تجده يعـود بعـد فـترة ليطلـب خمسـة دنـانير

أخرى، ويعود مرة ثالثة ليطلب خمسة أخرى. ويستمر بطلباته بهذه الطريقة حتى يحصل على المبلغ كله دون أن يشعر والده بالضيق، في حين أنه لو طلب المبلغ كله لتعذر حصوله عليه.

والشاب الذي يريد أن يأخذ سيارة أبيه ليتنزه بها قليلا،يعلم تمام العلم أن والده لن يعطيها له. لذا يقوم هذا الشاب بطلب مفاتيح السيارة ليجهزها للحركة. فيقبل الوالد بذلك لأن هذا طلب بسيط. ولكنه يعود بعد فترة من الوقت ليطلب طلبا آخر من والده وهو السماح له باخراجها من الكراج. فيقبل والده بذلك لأن الطلب أيضا طلب سهل. وبعد فترة أخرى من الوقت يعود إلى أبيه ليسمح له بسياقتها ولكن في الشارع القصير أمام بيتهم، فيسمح له الوالد بذلك لأن الطلب مرة أخرى مقدور عليه وبإمكان ابنه القيام به دون أية مشكلة. ثم يعود بعد ذلك طالبا السيارة من والده ليذهب إلى الدكان القريب من بيتهم لشراء شيء يتعلق بدراسته بالجامعة. وهكذا تستمر طلبات هذا الشاب، بحيث ما أن يأتي اليوم التالي وإذا بهذا الشاب يأخذ السيارة لقضاء حاجته. وبذا يتحقق هدفه النهائي.

في المثالين السابقين تم الحصول على الطلب الكلي أو تم التوصل إلى الهدف الرئيس بتجزئته إلى طلبات صغيرة لا تثير الانتباه مرة واحدة. والأمر نفسه يمكن اتباعه في المفاوضات. فالكثير من المفاوضين يعلم أنه لا يستطيع الحصول على كل ما يريد مرة واحدة، فيقوم بتجزئته. كما انه يعلم أيضا بإن الطرف الأخر لن يتنازل له عن الكثير مرة واحدة. وفي الحالتين يقوم المفاوض الذي يستخدم هذا التكتيك التفاوضي بقليل من المناورات والأساليب الماهرة التي تمكنه من الحصول على ما يريد.

لماذا ينجح هذا الأسلوب:

1. ينجح أسلوب القضم التدريجي أو التجزيء أو الخطوة خطوة لأنك تريد دفع المفاوضات إلى الأمام ولا تريد لها الفشل بعد كل ما بذلته من جهد فيها وما

صرفته من وقت عليها. لذا ترى أن الطلب الذي طلبه منك الطرف الآخر أمر بسيط وقليل يجب ألاّ يعرض المفاوضات للخطر.

2. كلما كان القضم/ التجزيء قليلاً وبسيطاً مقارنة بالصفقة ككل، كانت فرص نجاحه أكبر؛ لأن الطرف الآخر لا يحسّ به.

كيف تتعامل مع هذا التكتيك؟

1. حتى لا تقع فريسة هذا التكتيك السهل- الخطير ارفضه بحجة أنك غير مخوّل بذلك، وأنه ليس من صلاحياتك إعطاء مثل هذه الأشياء الصغيرة التي يطلبها منك.
2. استخدم الأسلوب نفسه مع الطرف الآخر؛ فاطلب منه شيئاً بسيطاً مقابل ما أعطيته أنت، أو شيئاً أكبر نسبياً مما طلب، موحياً له أنك تستطيع لعب اللعبة نفسها.
3. لا تعط شيئاً للآخر ما لم تأخذ منه شيئاً بالمقابل.
4. اجعل من الذي تعطيه للآخر أمراً كبيراً، أي كأنك فعلت معه معروفاً كبيراً.
5. قم بتلخيص دوري لما قدمت من تنازلات حتى تستطيع حصرها أو تقويمها.
6. سيتوقف الطرف الآخر عن طلباته الصغيرة إذا ما أدرك أن أسلوبه معك لم يعد مجدياً.

مراجع الفصل

(1) Hawver, D, (1982) How to Improve your Negotiation skills. New Yourk: Alexander Hamilton Ins.

(2) ناجي معلا (1992) التفاوض: الاستراتيجية والأساليب. عمان: زهران للنشر والتوزيع.

(3) الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (1995) ملف الدورة التدريبية عن التفاوض. عمان. الأردن

(4) المرجع السابق.

(5) Fuller ,G (1991). The Negotiators Handbook. New Jersey: Prentice Hall.

(6) Pillar, P. (1983). Negotiating Peace: War Termination as abargaining process. Princeton: Princeton University press.

وانظر كذلك:

–Uri, W. (1993) Getting Past No: Negotiating Your Way from Confrontation To Cooperation. New York: Bantam Books.

(7) Fisher, R and Willilam Uri (1992). Getting To Yes. Secong Edition Boston: Houghton Mifflin Company.

(8) المرجع السابق.

(9) المرجع السابق.

(10) المرجع السابق.

(11) المرجع السابق.

(12) نادر أبو شيخة (1997). أصول التفاوض. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

(13) فولر، مرجع سابق.

وانظر كذلك:

- Fisher, R and Scott Brown (1988). Getting Together: Building ARelationship That gets To Yes. Boston: Goughton Mifflin Company.

(14) Fuller ,G (1991). The Negotiators Handbook. New Jersey: Prentice Hall.

وانظر كذلك:

- يوري (1993)، مرجع سابق.

الفصل العاشر

الذكاء العاطفي: فيث القلوب واحتضان المشاعر

الفصل العاشر

الذكاء العاطفي: غيث القلوب واحتضان المشاعر

مقدمة

الذكاء العاطفي: التعريف والقدرات

مجالات الذكاء العاطفي

إدارة العواطف

الأسلوب التحليلي في إدارة العواطف

إدارة الاعتقادات

النضج العاطفي: أعراضه وخصائصه، وسبل تنميته

تنمية الذكاء العاطفي

المراجع

الفصل العاشر

الذكاء العاطفي: غيث القلوب واحتضن المشاعر

"يعتقد الكثير من الناس بأنهم كبروا، لذا
يتوجب عليهم التوقف عن الحب. اقول لهم:
انتم كبرتم لأنكم توقفتم عن الحب"

غابريل غارسيا مارسيل

مقدمة

لم يول الباحثون في الدراسات الاجتماعية والنفسية الذكاء العاطفي، رغم أهميته، الاهتمام الكافي قبل الثمانينيات من القرن المنصرم؛ صحيح أن الإرهاصات بدأت في لعشرينيات من ذلك القرن على يد عالم النفس (روبرت ثورندايك Thorndike)، غير أن تلك الجهود لم تكن كافية، رغم أهميتها في حينه، في إبراز مزايا هذا النوع من الذكاء. فقد كانت جهود ثورندايك منصبة على تحليل مفهوم الذكاء وأنواعه بشكل عام. ومع ذلك فقد درج الذكاء الاجتماعي ضمن أنواع الذكاء الأخرى. وهذا النوع من الذكاء عنده محصور في قدرة الفرد على فهم الأفراد والتعامل معهم ضمن العلاقات الإنسانية(1).

ومنذ ذلك الوقت وعلماء النفس يحاولون تقديم تصنيفات متعددة للذكاء؛ إذ صنفوا الذكاء تحت ثلاث مجموعات.

1- النوع الأول: ويهتم بقدرة الفرد على فهم الرموز اللفظية والرياضية والقدرة على التعامل معها، وأطلقوا عليه الذكاء المجرد.

2- وأما النوع الثاني: من الذكاء فهو ذلك الذكاء الذي يتعلق بقدرة الفرد على فهم الأشياء الحسية أو المادية والقدرة على التعامل معها، وأطلقوا عليه الذكاء الحسي.

3- وأما النوع الثالث من الذكاء فقد أطلقوا عليه اسم الذكاء الاجتماعي وعنوا به قدرة الفرد على فهم الناس والانتماء لهم.

وأما المحاولة الأخرى للتعامل مع الذكاء فقد قام بها (ديفيد ويكسلر David Wechsler) في الأربعينيات؛ حيث تحدث عن عناصر عقلية وغير عقلية للذكاء، معنية بالقدرات العاطفية والشخصية والاجتماعية، مؤكدا على دور القدرات العاطفية في مساعدتنا في التنبؤ على نجاح الفرد في الحياة.

وأما المحاولة الجادة في الاقتراب من فهم الذكاء العاطفي فقد جاءت على يد (هوارد جاردنر Howard Gardner) في مطلع الثمانينيات، وذلك في كتابه 'أطر العقل'. ففي هذا العمل يشير جاردنر بشكل صريح إلى الذكاء المتعدد عند الفرد، وركز على نوعين من الذكاء، يتقاطعان مع ما يسمى بالذكاء العاطفي، وهما: الذكاء الاجتماعي والذكاء الشخصي.

وتتالت اهتمامات الباحثين بهذا النوع من الذكاء. ومع مرور الزمن اقتربت الدراسات والبحوث النفسية والاجتماعية من تحديد معالم الذكاء العاطفي وعناصره؛ حيث جاءت محاولة جادة في مطلع التسعينيات من قبل الباحثين (سالوفي وماير Salovey and Mayer) لتحديد مصطلح 'الذكاء العاطفي. ويعود إلى هذين الباحثين، في الحقيقة، الفضل في استخدام هذا المصطلح لأول مرة وذلك كما جاء في كتابهما 'الخيال والمعرفة والشخصية'؛ إذ وصف هذان الباحثان الذكاء العاطفي على أنه نوع من الذكاء الاجتماعي المرتبط بالقدرة على مراقبة الشخص لذاته ولعواطفه ولعواطف الآخرين وانفعالاتهم والتمييز بينها، واستخدام المعلومات الناتجة عن ذلك في ترشيد تفكيره وتصرفاته وتحفيز ذاته لاتخاذ قرارات ذكية(2).

ومع أن (سالوفي وماير) هما أول من استخدما مصطلح الذكاء العاطفي بهذا المعنى إلا أن الفضل في انتشار هذا المفهوم وتحليله بشكل مفصل ودقيق، والتأكيد على أهميته وضرورته للفرد والأسرة والمجتمع يعود، في الحقيقة، إلى عمل (دانيل جولمان Goleman) الذائع الصيت: 'الذكاء العاطفي' في عام 1995. ففي هذا العمل قدم

جولمان تحليلا دقيقا لكل ما يتعلق بالذكاء العاطفي وبخاصة أهميته في المجالات الاجتماعية والمهنية المختلفة. وفي العام نفسه قام أيضا (جاك بلوك Block) بدراسة بعض العوامل والمتغيرات الشخصية المرتبطة بالذكاء العاطفي مشددا على أن الأذكياء عاطفيا هم أشخاص يتميزون بخصائص شخصية تميزهم عن غيرهم في المجالات الاجتماعية، كما أن لديهم اتجاهات إيجابية نحو أنفسهم من جهة، ونحو الآخرين من جهة ثانية[3].

وهكذا تعدّ أعمال كل من (سالوفي وماير، وجولمان وبلوك) من الأعمال الرائدة في مجال دفع الدراسات والبحوث في مجال تطوير البحث في مجال الذكاء العاطفي نحو الأمام، وإلى لفت أنظار الباحثين إلى أهمية هذا النوع من الذكاء مطلباً أساسياً من متطلبات نجاح الفرد في حياته المهنية والاجتماعية بمجالاتها المختلفة؛ إذ تبين من نتائج دراسات هؤلاء الباحثين أن الذكاء العقلي أو الذهني وحده، مهما كان مرتفعا عند الفرد، لا يؤهله للنجاح في حياته المهنية والوظيفية والعلاقاتية دون أن يرافقه الذكاء العاطفي[4].

الذكاء العاطفي: التعريف والقدرات

هناك، في الحقيقة، تعريفات عديدة لهذا المفهوم تتمحور جميعها حول التعامل مع مشاعرنا ومشاعر الآخرين. والشيء الذي نلاحظه في هذه التعريفات هو أنها جميعها تتخذ من عمل جولمان عن الذكاء العاطفي وتحليله لعناصره والكفايات أو القدرات العديدة التي تميزه عن أنواع الذكاء الأخرى إطارا مرجعيا تستشهد به، وتنطلق منه؛ حيث يعرفه (جولمان) بأنه: "مجموعة من السمات، قد يسميها بعضهم صفات شخصية، لها أهميتها البالغة في مصيرنا كأفراد"[5]. وسنقوم بتزويدك بأبرز هذه التعريفات وأكثرها أهمية واستخداما في مجال البحث في الذكاء العاطفي:

- الذكاء العاطفي هو الاستخدام الذكي للعواطف. فالشخص يستطيع أن يجعل عواطفه تعمل من أجله أو لصالحه باستخدامها في ترشيد سلوكه وتفكيره بطرق ووسائل تزيد من فرص نجاحه إن كان في العمل أو في المدرسة أو في الحياة بصورة عامة.
- قدرة الإنسان على التعامل الإيجابي مع ذاته ومع الآخرين، حيث يحقق أكبر قدر من السعادة لنفسه ولمن حوله.
- القدرة على التعرف على شعورنا الشخصي وشعور الآخرين، وذلك لتحفيز أنفسنا، ولإدارة عواطفنا بشكل سليم في علاقاتنا مع الآخرين.
- تفهم العواطف والتعامل معها إيجابيا.
- القدرة على إدراك العواطف وتقييمها وفهمها والتحكم فيها والتعبير عنها بدقة للوصول إلى الأهداف المرجوة.
- يشتمل الذكاء العاطفي على تلك القدرات غير المعرفية من ذكاء الفرد العام وعلى المهارات اللازمة له في نجاحه في التعامل مع مقتضيات الحياة ومتطلباتها.

إذا أمعنت النظر بالتعريفات السابقة ستستنتج العديد من الملاحظات المتعلقة بهذا النوع من الذكاء، وهي:

الملاحظة الأولى: وتتعلق بالقدرات أو الكفايات (Competencies) التي يتكون منها الذكاء؛ حيث سترى أن الذكاء مفهوم شامل يتكون من ثلاث قدرات أو كفايات، وهي:

1- القدرة على التفكير: وتشير إلى الذكاء المعرفي لدى الفرد (cognitive Intelligence).
2- القدرة على الإحساس والشعور: وتشير إلى الذكاء العاطفي لدى الفرد (Emotional Intelligence).
3- القدرة على الفعل والتصرف (Behavioural Intelligence).

الملاحظة الثانية: يشكل الذكاء العاطفي أحد أهم المقومات الأساسية لنجاح أي فرد في الحياة بشكل عام والمهنية والعملية بشكل خاص؛ حيث يعمل الذكاء العاطفي على تمتين العلاقات الاجتماعية بين الناس. فالأشخاص الذين يتصفون بهذا النوع من الذكاء هم، في الحقيقة، أشخاص لديهم قدرة عالية على إدارة علاقاتهم الاجتماعية والعاطفية والمهنية بكل ما فيها من إحباطات. كما يتحلون بقدرة عالية على إدارة التوتر والصراع الذي قد ينشب بينهم وبين الآخرين في المواقف المختلفة.

الملاحظة الثالثة: التي ستتوصل إليها بتأملك في تعريفات الذكاء والقدرات التي يتكون منها هي أن الفرد الذكي عاطفيا هو فرد يتمتع بخصائص وقدرات لا نجدها عند غيره. إنه شخص يتسم بما يلي:

- التعاطف مع الآخرين خاصة في أوقات ضيقهم
- سهولة تكوين الأصدقاء والمحافظة عليهم
- التحكم في انفعالاته بشكل عال.
- التعبير عن مشاعره وأحاسيسه بسهولة.
- تفهّم المشكلات التي تقع بين الآخرين، وإبداء استعداده لتقديم حلول لها، إذا ما طلب منه ذلك، دون أن ينحاز إلى جهة على حساب أخرى، لأنه يدير عواطفه بشكل فاعل، أي أنه يتحكم بها ويعزلها ولا يسمح لها أن تتدخل لصالح طرف من أطراف الخلاف على حساب الطرف الآخر.
- القدرة على إدارة خلافاته مع الآخرين؛ إذ يتسم هؤلاء الأشخاص بقدرة على إظهار درجة عالية من المودة في تعاملاتهم مع اؤلئك الذين يختلفون معهم في الرأي.
- التحلّي بثقة الآخرين ونيل تقديرهم، ولعل هذه الصفة من أهم الصفات التي

تجعل الآخرين يبوحون لهم ويفصحون أمامهم عن مكنونات صدورهم وعميق مشاعرهم كما بت تعلم من الفصل الخاص بالبوح.

- التكيف مع المواقف الاجتماعية الجديدة بسهولة. وهذه صفة من الصفات التي سنوضحها بشكل من التفصيل بعد قليل لأن التكيف مع الأوضاع الجديدة والمواقف الطارئة بحاجة إلى قدرة عالية من المرونة.

الملاحظة الرابعة: إن الصفات السابقة كلها تجيز لنا أن نطلق على الأشخاص الذين يتحلون بها بأنهم أشخاص يتصفون بالفصاحة العاطفية. فمثلما هناك فصاحة اللسان، كما اتضح معك حين تناولنا مهارات التحدث في الفصول السابقة، هناك أيضا فصاحة العاطفة. إن قدرة هؤلاء الأشخاص على التعبير عن مشاعرهم وعواطفهم قدرة عالية، لا يرون فيها ضعفا أو غضاضة؛ وتشير الفصاحة العاطفية بهذا المعنى إلى تلك القدرة على تسمية المشاعر وتحديدها بشكل صحيح، والإحساس العميق بها، وإدراكها إدراكا سليما، والوعي بها وعيا متقدماً يخولهم التعبير عنها بشكل سليم ودقيق، وبخاصة نحو أولئك الذين تربطهم بهم علاقات حميمة. وليس هذا فحسب، بل يمتد مفهوم الفصاحة العاطفية ليشمل قدرة هؤلاء الأشخاص على مخاطبة الآخرين بلغة دافئة لا تسيء مطلقا إلى مشاعرهم، حتى وإن كانوا مختلفين معهم في الرأي ووجهات النظر.

وفي الوقت الذي نجد أشخاصا يتمتعون بهذه الفصاحة العاطفية، نجد أشخاصا على نقيضهم تماما، لا يتمتعون إلا بقدر ضئيل منها، إنهم أشخاص يوصفون بأنهم "أميون عاطفيا"، بصرف النظر عن مستوى ذكائهم الفكري أو العقلي. إنهم عاجزون عن التعبير عن عواطفهم ومشاعرهم بالكلام مما يجعلهم سريعي الغضب أو الانفعال دون أن يعرفوا سببا لذلك[6]. فتجدهم يشطاطون غضبا لأبسط الأسباب وأتفهها، فقدرتهم على ضبط ألسنتهم وما تتفوه به من كلام ضعيفة للغاية، لا تراعي طبيعة الموقف ولا الأشخاص الذين يثورون عليهم أو أمامهم.

وهناك نوع ثالث من الأشخاص في المجال المتعلق بالعاطفة. إنهم أشخاص ليسوا فصحاء، وليسو أميين بل لديهم ما يسمى 'الإمساك العاطفي'. فهم لا يفصحون عن مشاعرهم اتجاه من يحبون، ولا يعبرون عن عواطفهم إزاء من يعيشون أو يتفاعلون معهم من الأشخاص الحميمين. وينجم عن مثل هذا الإمساك العاطفي أو الأمية العاطفية مشكلات عديدة في تفاعلنا الاجتماعي مع الآخرين تفضي إلى مشكلات لا حصر لها. وفي حالة العلاقات الأسرية، فقد تقود إلى الطلاق وإنهاء العلاقة لأنه لم يعد لهذه العلاقة ما يبررها على مستوى المشاعر والعواطف.

وأما الملاحظة الأخيرة التي قد تخطر ببالك، فتتعلق بندرة الأشخاص الذين يتحلون بهذه الصفات. فقد تقول بأن هذه الصفات نادرا ما توجد عند أحد من الناس، أو من معارفك أو محيطك الاجتماعي. هذا صحيح إلى حد كبير، ويعيه علماء النفس المعنيون بتحديد خصائص الأذكياء عاطفيا. ومع ذلك يؤكد هؤلاء العلماء أن هذه الصفات موجودة عند الجميع ولكن بدرجات متفاوته. فبعض الأشخاص لديهم قدر عال منها، ولدى بعضهم الآخر قدر متوسط، ولدى آخرين أيضا قدر ضعيف تصل حد الأمية. لذلك أكدنا من البداية على أن النجاح في مجالات الحياة المختلفة يتطلب قدرا غير قليل من الذكاء العاطفي. وأكدنا أيضا، استنادا إلى نتائج الدراسات التي توصل إليها (جولمان)، وغيره من الباحثين، أن عددا غير قليل من المشكلات الأسرية والزوجية إنما مردها هو افتقار الناس إلى درجات معقولة من هذا النوع من الذكاء.

مجالات الذكاء العاطفي

يفصح الذكاء العاطفي عن نفسه في مجالات أو ميادين عديدة من مجالات الحياة وميادينها، وهي:

1- المجال المتعلق بقدرات الفرد.

2- المجال المتعلق بقدرة الفرد على التكيف.

3- المجال المتعلق بالمزاج العام للفرد.

4- المجال المتعلق بالعلاقات الاجتماعية.

5- المجال المتعلق بإدارة التوتر والعواطف

المجال الأول: المجال المتعلق بقدرات الفرد

يتسم الفرد الذي يتمتع بالذكاء العاطفي بقدرات عديدة تفوق قدرات الآخرين وتميزه عنهم. وتتضح هذه القدرات في المجالات الآتية:

1- الوعي بالذات (Self Awareness):

ويشير هذا المفهوم إلى قدرة الفرد على ملاحظة مشاعره وأفكاره، وإلى قدرته على فهم هذه المشاعر والعواطف والنظر إلى الذات من منظور حيادي، وإدراكه للقيم والمبادئ والأهداف الأساسية والجوهرية في الحياة، واستخدامه الحدس بشكل صحيح. ويظهر هذا النوع من الوعي عند الفرد أيضا في ثقته بنفسه، وتقييمه الدقيق لذاته، ووعيه بانفعالاته. وقد بينا هذا الأمر بشكلي جلي حين تناولنا عملية الوعي الذاتي ودورها في نجاح الفرد في علاقاته الاجتماعية.

2- تنظيم الذات (Self- regulation):

وتتجلى قدرة الفرد في تنظيمه لذاته في مدى تحكمه بنفسه، ونزاهته، وتحمله لمسؤلية أدائه لأعماله، ومدى قدرته على التكيف مع الأوضاع والمواقف التي يجد نفسه فيها، ومدى ارتياحه مع الأفكار الجديدة.

3- اعتبار الذات (Self regard):

وتشير إلى مدى تقبل الفرد للجوانب السلبية والإيجابية لذاته، وقدرته على أن يتقبل جوانب القصور والضعف والقوة أيضا، فضلا عن امتلاكه لقوة داخلية تعطيه ثقة عالية بالنفس.

4- تحقيق الذات (Self Actualization):

ويتجلى هذا البعد من أبعاد الذكاء العاطفي عند الفرد في أكثر من مجال، أبرزها:

- قدرته على إدراك قدراته الكامنة.
- قدرته وكفايته في الانخراط في نشاطات تقوده إلى حياة غنية بمعانيها ونشاطاتها.
- قدرته وكفايته في الانخراط في نشاطات تؤدي إلى تنمية قدراته إلى أقصى حد.
- قدرته في السعي بشكل حثيث إلى تحسين نفسه وتطويرها.

5- الدافعية للإنجاز (Motivation):

وتعبر الدافعية عن نفسها لدى الفرد بميوله الانفعالية التي تقوده نحو تحقيق الأهداف، أو تسهل عليه مثل هذه العملية. وتتضمن هذه الدافعية ثلاثة دوافع أساسية هي: دافع الإنجاز، والالتزام، والمبادرة.

6- القدرة على الحسم:

يعني الحسم بهذا المجال قدرة الفرد على التعبير عن مشاعره وأفكاره، واعتقاداته، والدفاع عن حقوقه بطريقة غير مؤذية أو مسيئة لمشاعر الآخرين. والأشخاص الحاسمون هم أشخاص غير خجولين في التعبير عن مشاعرهم بطريقة مهذبة.

7- القدرة على الاستقلالية:

وتعني قدرة الفرد على قيامه بوظائفه بشكل يعتمد فيه على نفسه ولا تجعله يعتمد على حماية الآخرين ودعمهم له في كل صغيرة وكبيرة.

المجال الثاني: التكيف

وتظهر كفاية الفرد وقدرته على التكيف (Adjustability) في مجالات كثيرة أهمها:

أ- **حل المشكلات**: وتظهر هذه القدرة من خلال:

- تحديده المشكلات والتعرف عليها.
- قدرته على تحليل مشكلاته بطريقة منطقية ومنهجية منتظمة من أجل البحث عن حلول مناسبة لها.
- قدرته في العمل بأقصى ما يستطيع لمواجهة المشكلات بدلاً من تجنبها.

ب- **المرونة**: يتصف الأشخاص ممن يتحلون بالذكاء العاطفي بأنهم مرنون، وتظهر هذه المرونة في قدرتهم على ما يلي:

- التكيف والتلاؤم مع الظروف غير المألوفة وغير المتوقعة.
- عدم التزمت والتصلب والتشنج في جوانب ومواقف عديدة من حياتهم في أثناء تفاعلهم مع الآخرين.
- تغيير الأفكار إذا ما اتضح لهم أنها خاطئة بالأدلة القاطعة
- الانفتاح على الآراء المختلفة.
- التسامح مع الآخرين.

ج- **اختبار الواقع**: هو عملية تشخيص الفرد للواقع، ويتجلى في قدرته على:

- تقييم الاتساق والتناغم بين ما يعيشه من جهة، وبين ما هو موجود فعلاً من جهة أخرى.
- البحث عن أدلة موضوعية تدعم مشاعره وتسوغ إدراكاته وأفكاره.

المجال الثالث: المزاج العام ونمط الحياة

وتبدى عملية المزاج العام عند الفرد الذكي عاطفيا في مجالين بارزين، هما:

أ- السعادة: وتبان على الفرد من خلال شعوره بانه مستمتع بالحياة، وبأنـه مسـتمتع بصحبة الآخرين، ومستمتع بما لديه، وشعوره بأن ما لديه كافٍ.

ب- التفاؤل: وهي قدرة الفرد على النظر إلى الحياة نظـرة مشـرقة حتـى في أحلـك الأوقات. والمتفائل هو الشخص الذي لديه اتجاهـات إيجابيـة نحـو الحيـاة. ويعـدّ التفاؤل، في الحقيقة، منحى للحياة، وأسلوب حياة في الوقت نفسه.

المجال الرابع: إدارة العلاقات الاجتماعية

وتظهر قدرة الفرد في هذا المجال في جوانب عديدة، أهمها:

1- التعاطف (Empathy): التعاطف، في ابسط معانيـه هـو الإحسـاس العفـوي أو التلقائي الذي يغمرنا أو يستحوذ علينـا إزاء الحـالات أو الأوضـاع أو المواقـف الإنسانية، أي إنه مشاركة الآخرين وجدانيا. ومع ذلك، فالتعاطف أكثر من مجرد مشاركة الآخرين وجدانيا. إنه كمـا يـرى الباحـث المتخصـص في مجـال المشـاعر الإنسانية "وليم إكس William Ickes": "قدرة الفرد على احتضان الآخر عاطفيـا، وهو من هذا المنطلق ثاني أكبر الإنجازات القادر عليها دماغنا، إذ إن الوعي نفسه هو الإنجاز الأكبر". فعندما نشارك الآخرين وجدانيا فإننا نتقاسـم معهـم خـبرات الفرح والابتهاج والمسرة والحزن والضيق والألم والعزاء[7].

وهكذا، إذا، يعدّ التعاطف مظهرا من مظاهر الكفاية أو القدرة الاجتماعيـة،و لـيس مجرد مشاركة في المشاعر فحسب، بل محاولة لفهم العالم بعيـون الآخـرين. وحـين نرى العالم بهذه الطريقة فإن ذلك يجعلنا نحتضنهم عاطفيا بكل مـا تحملـة عمليـة الاحتضان من دلالات ومعان.

2- المهـارات الاجتماعيـة: وتتجسـد هـذه المهـارات في قـدرة الفـرد في التـأثير في الآخرين، وبمتانة شبكة العلاقات الاجتماعية الدافئـة الـتي تربطـه بهـم، وبعمـق التواصل وقوته معهم، وبقدرته على إدارة الخلافات والصراعات معهـم، إذا مـا

نشبت، ومدى التعاون والتنسيق الذي يبديه أثناء عمله، وقدرته على العمل ضمن فريق عمل، ومدى تحليه بصفات ومهارات القيادة الناجحة.

3- **المسؤولية الاجتماعية**: قدرة الفرد على تعاونه مع الآخرين، ومساهمته ومشاركته في النشاطات الاجتماعية التي من شأنها تمتين علاقاته بهم.

4- **بناء علاقات فاعلة مع الآخرين**: يتصف الفرد الذي يتمتع بالذكاء العاطفي في المجال الاجتماعي بقدرة عالية على بناء علاقات تتصف بالدفء والمتانة والفاعلية مع الآخرين، والسعي المتواصل والمستمر في الحفاظ عليها. إن مثل هذه القدرة ليست مجرد تعبير الشخص عن إقامة مثل هذه العلاقات بقدر ما هي إحساسه وشعوره بالارتياح والسرور جراء هذه العلاقة.

ولكن ما عناصر أو مقومات العلاقات الاجتماعية الفاعلة (Working Relationship)؟ يرى سكوت وبراون (Scott and Brown) أن العلاقات الفاعلة بين الأفراد هي العلاقات التي من شأنها العمل على تمتين علاقاتنا بالآخرين. وتستند هذه العلاقات عندهما على مقومات عديدة، أهمها[8]:

1- **الموازنة بين الانفعال والتعقل**: وتظهر هذه الموازنة في الاعتراف بالانفعالات، وتنمية الوعي بها، أي انفعالات الفرد وانفعالات الآخرين، والتحكم بردود أفعال الفرد الانفعالية

2- **الفهم**: إذا ما أراد الفرد أن يبني علاقات فاعلة ومتينة بينه وبين الآخرين فيتوجب عليه أن يتعلم كيف يرى الآخرون الأشياء، ويضع نفسه مكانهم حتى يستطيع تفهم موقفهم والأسباب التي جعلتهم يتصرفون بتلك الطريقة.

3- **الجدارة بالثقة**: ويقتضي هذا المطلب من الفرد أن يكون جديراً بثقة الآخرين إلى أقصى حد ممكن (Be wholly trustworthy). كما يتطلب في الوقت نفسه أن يكون حريصا وحذرا، أي ألا يثق في غيره إلى أقصى حد

(Not wholly trusting). وهذا يعني أن يتصرف الفرد بجدارة لائقة ومهذبة من شأنها أن تفرض على الآخرين أن يثقوا به ويحترموه.

المجال الخامس: إدارة التوتر والعواطف

تعدّ إدارة الفرد للتوتر والضغط (Stress Management) الذي يتعرض له في مجالات الحياة المختلفة، وإدارته لعواطفه ومشاعره السلبية (Emotion Management) من أهم الجوانب التي يفصح فيها الذكاء العاطفي عن نفسه عند الفرد. وعليه يعدّ الأشخاص الأذكياء عاطفيا أشخاصاً لديهم القدرة في هذا المجال أعلى من غيرهم. وتظهر قدرة الفرد على إدارة توتره في مجالين محددين، هما:

أ- **تحمّل التوتر والضغط**: يبدى الأذكياء عاطفيا هذه القدرة في تعاملهم مع الضغوطات الشديدة وتحملهم لها دون أن يفقدهم ذلك تماسكهم وتوازنهم النفسي. كما تظهر هذه القدرة أيضا في طرق حلهم لمشكلاتهم من جهة، وفي عدم استسلامهم لليأس من جهة أخرى.

ب- **ضبط الاندفاع والتحكم بالنزوات**: وتظهر هذه القدرة، في مقاومتهم للدوافع المتعلقة بالتسرع، وفي وضبطهم لمشاعرهم المتعلقة بالنزوات والتحكم بها، ومقاومتهم أيّ إغراء للقيام بعمل من هذه الأعمال.

وأما إدارة العواطف فهي من أهم الخصائص التي يتحلى بها الأشخاص الأذكياء في المواقف الاجتماعية المختلفة ومن أهم المجالات التي يفصح فيها الذكاء العاطفي عن نفسه عندهم. وهذه القدرة هي في الحقيقة قدرة فائقة لا يتحلى بها إلا الأشخاص الذين لديهم قدر عال من الذكاء العاطفي؛ إذ تعد إدارة الفرد لمشاعره أصعب الجوانب التي يمكن إدارتها في شخصيته كما يرى (جاغديش باريخ) الذي يعدّ عمله عن إدارة العواطف من أكثر الأعمال فائدة في هذا المجال(9). ومع ذلك فهي عملية ليست مستحيلة، بل ممكنة، ولكنها تحتاج إلى تدريب متواصل، وإلى تغيير في أسلوب حياة الفرد.

إدارة العواطف

تعني إدارة العواطف بأبسط معانيها عملية وعي الفرد مشاعره، ومعرفة تأثيرها على أفكاره وسلوكه وجسده، من اجل ضبطها وتحييد تأثيرها السلبي عليه.

وهذا يعني بأن إدارة العواطف، لا تعني بأية حال من الأحوال أن الفرد سيتخلص كلية من مشاعره السلبية التي تسبب له التوتر والضيق، أو أنه لن يمر بهذه المشاعر في حياته اليومية، وإنما تعني قدرته على معالجتها والتعامل معها والتقليل من تأثيراتها السلبية عليه.

وتعكس طريقة إدارة الفرد لمشاعره قدرته على تصريف انفعالاته بطريقة بناءة بحيث لا يؤدي إلى ايذاء الذات أو إيذاء الآخرين، فالشخص الذكي عاطفيا هو الذي لديه القدرة على إخفاء انفعالاته عندما يكون إظهارها لا يناسب الموقف ولا يتوافق أو ينسجم معه، وعلى الإفصاح عنها والبوح بها حين يتطلب الموقف ذلك. وفي ضوء هذا يمكن وضع التعريفات الآتية لعملية إدارة العواطف:

- القدرة على تحمل الفرد المسؤولية الذاتية عن مشاعره.
- القدرة على تحويل العواطف السلبية إلى عملية تعليمية إيجابية وفرصة للمزيد من النمو والتقدم.
- القدرة على إبقاء العلاقة المنفتحة والمتفاعلة مع العواطف سواء المفرحة أو المحزنة.
- القدرة على المراقبة الواعية للعواطف الذاتية وعواطف الآخرين.
- القدرة على مساعدة الآخرين للتعرف على عواطفهم والاستفادة منها.

وفي الحقيقة، فإن معظم الناس يخبرون أنواعا مختلفة من المشاعر السلبية بمستويات متباينة في شدتها، سواء كان ذلك في العمل، أو البيت، أو داخل أفراد الأسرة، أو الأقارب، أوالمعارف، أوالجيران، أو المدرسة، أوالجامعة إلخ). ومن أجل هذا يهتم علماء النفس بالطرق أو الأساليب التي تساعدنا على التخلص منها

واستبدالها بمشاعر أخرى أكثر ايجابية، ذلك لأن المشاعرالسلبية تترك تأثيراتها الجسيمة على تفكيرنا وعلى أدائنا لأعمالنا وعلى أجسادنا بشكل خاص. وقد أوضحت نتائج الباحثين في هذا الصدد بأن هناك علاقة قوية بين التوتر الذي تسببه لنا المشاعر السلبية والأعراض الجسدية الآتية[10]:

- زيادة سرعة نبضات القلب
- الذبحة الصدرية (الجلطة).
- سرعة التنفس.
- ارتفاع ضغط الدم.
- إبطاء عملية الهضم.
- الشد العضلي.
- فتور وضعف الدافع الجنسي.
- ارتفاع مستوى التعرق في الجسم.
- ارتفاع مستويات السكر والدهون في الجسم.
- الطفح الجلدي.
- الشقيقة.
- الربو.

وتطول قائمة الأعراض الجسدية الناجمة عن التوتر الذي تسببه لنا مشاعرنا السلبية. لذا حاول الباحثون والمهتمون بالذكاء العاطفي التوصل إلى أساليب علمية تساعدنا في إدارة مشاعره السلبية حتى نتجنب الوقوع بعرض أو أكثر من الأعراض السابقة. وفي هذا الصدد يقترح (جاغديش)، الباحث في أساليب إدارة الذات، أسلوبا خاصا في إدارة هذه المشاعر يقوم على تحليل الموقف أو المواقف المسببة للمشاعر

السلبية التي تؤثر على أجسادنا وتفكيرنا وعلاقاتنا مع الآخرين، أطلق عليه الأسلوب التحليلي في إدارة المشاعر السلبية.

الأسلوب التحليلي في إدارة العواطف

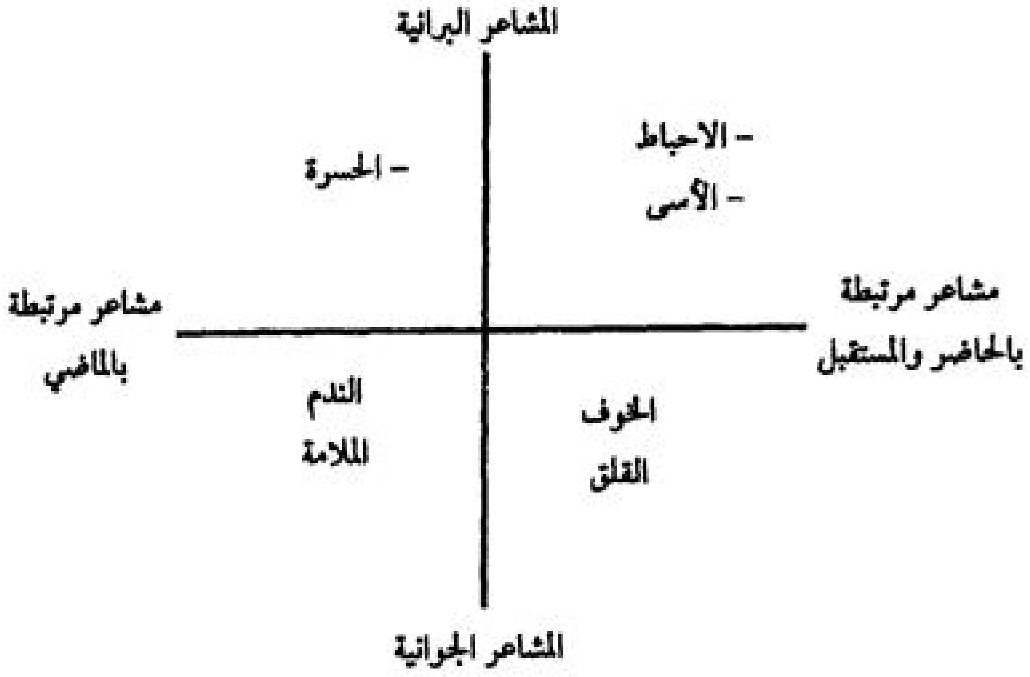
يركز الأسلوب التحليلي عند (جاغديش باريخ) في إدارة الفرد لمشاعره السلبية على مدى وعي الفرد بهذه المشاعر، ومدى قدرته على التمييز بين الإيجابي والسلبي منها، وعلى معرفته كذلك بالأسباب التي تجعله يشعر بهذا الشعور أو يحس بهذا الإحساس. كما يستند هذا الأسلوب على مدى معرفة الفرد بالتأثيرات السلبية لهذه المشاعر على جسده وفكره وعلاقاته بالآخرين[11].

وفي هذا المجال يرى (باريخ) أن المشاعر السلبية يمكن تصنيفها بشكل عام إلى نوعين:

أ – مشاعر ناجمة عن أحداث وقعت لنا في الماضي، أو تقع في الوقت الحاضر، أو نخشى من أن تقع في المستقبل.

ب–إن هذه الأحداث: إما أن تكون نجمت عن ظروف خارجية، ولا دخل لنا فيها، وعليه فإننا لا نتحمل مسؤليتها. وفي هذه الحالة تكون مشاعرنا السلبية الناجمة عنها موجهة نحو الخارج (Outwardly directed). وأما نكون نحن من تسبب، أو سيتسبب فيها، وعليه فإن مسؤليتها تقع علينا. وفي هذه الحالة ، تكون المشاعر السلبية موجهة نحو الداخل (Inwardly directed).

وفي ضوء هذا الفهم، فإننا نحس بمشاعر لا حصر لها تنجم عن كل حالة من هذه الحالات كما يوضح (الشكل 1)؛ إذ يتضح بأنه يندرج في كل ربع من الأرباع التي يتكون منها أنواع مختلفة وعديدة من المشاعر السلبية غير السارة. وهذه المشاعر غير السارة هي التي يحتاج الفرد إلى إدارتها والتعامل معها.



الشكل (1)

المستوى الوقائي في التعامل مع المشاعر السلبية

يعدّ هذا المستوى من أهم مستويات التعامل مع المشاعر غير السارة أو السلبية، لأن هذه المشاعرعند هذا المستوى لم تكن قد حدثت للفرد ولم يكن الفرد قد وقع ضحيتها؛ إذ لا يزال أمامه متسع من الوقت للتعامل مع مسبباتها (Treating Causes)، أي الوعي بها ومعرفتها وتحديدها والتعامل معها. لذا سنعطي هذا المستوى اهتماما أكبرمن الاهتمام بالبعد العلاجي في إدارة المشاعر السلبية كما يرى (جاغديش باريخ). ويسوق (باريخ) المثال الآتي لتوضيح أهمية المستوى الوقائي مقارنة بالمستوى العلاجي في إدارة المشاعر السلبية عند الفرد.

لنفترض أن لدينا وعاء من ماء يغلي فوق النار، ونريد أن نخفض من درجة حرارة الماء الذي في هذا الوعاء: فأي الطريقتين الآتيتين ستعمل أفضل من الأخرى وأسلم من الأخرى على تبريد الماء وتخفيض درجة حرارته؟.

أ- إضافة بعض المكعبات المثلجة إلى الماء الذي يغلي؟

ب- إطفاء النار تحت الوعاء؟

إن إضافة مكعبات الثلج إلى الماء ستعمل على تبريده وتخفيض درجة حرارته بشكل أسرع. ولكنها لن تعمل على تبريده بشكل دائم إذا ما استمرت النار مشتعلة تحت الوعاء. وأما إطفاء النار تحت الوعاء فستعمل على تبريد الماء بشكل أفضل وأدوم مع أنها ستأخذ وقتا أطول.

وكذلك الحال في التعامل مع المشاعر السلبية. ففي المستوى العلاجي فإن تناول الدواء والمسكنات ستعمل على تقليل حدة المشاعر السلبية بشكل سريع (كما في حالة إضافة قطع الثلج إلى الماء الذي يغلي). ولكن المشاعر السلبية ستستمر وسيبقى الفرد يعاني منها لأننا لم نعالج أسبابها (لم نطفئ النار تحت الماء الذي يغلي.

وهكذا، إذا، فإن إدارة المشاعر السلبية عند المستوى الوقائي ستعمل على تقليل المشاعر السلبية إلى أدنى حد ممكن إذا ما اتبعناها استراتيجية دائمة في التعامل مع مشاعرنا السلبية رغم طول الوقت الذي ستأخذه في ذلك، تماما مثل إطفاء النار تحت الماء الذي يغلي. إنه سيعمل على تبريد الماء وتخفيض درجة حراراته ولكنه سيأخذ وقتا أطول. ومع أن العملية هنا بطيئة ولكن نتائجها أفضل وأدوم لأنها تتعامل مع المسببات (إطفاء النار الذي يسبب غليان الماء).

وفي الحقيقة ،هناك ثلاث طرق، كما يرى جاغديش، يمكننا أن نسلكها عند المستوى الوقائي في التعامل مع المشاعر السلبية[12]:

1- **تغيير الحدث** (Alter Event)

2- **تجنب الحدث** (Avoidance)

3- **تغيير منطق التفكير بالحدث** (Alter Logic)

1- تغيير الحدث

عندما يواجه أحدنا حدثا أو موقفاً معيناً يتوقع أن يسبب له مشاعر سلبية فإن الميل الطبيعي عندنا كأفراد هو العمل على منع هذا الحدث من أن يحدث أو العمل على تغييره. ومع ذلك هناك العديد من الأحداث أو المواقف الخارجية التي ليس بمقدورنا أن نغيرها أو التأثير فيها.

2- تجنب الحدث

وهذه الخطوة تعقب الخطوة الأولى، إذ لم يكن بمقدورنا تغيير الحدث الذي سبب لنا المشاعر السلبية أو التحكم والتأثير فيه. ففي هذه الحالة يرى الفرد أن من الأسلم له أن يتجنب الحدث أو الموقف. فقد لا يذهب أحدنا، مثلا، إلى مناسبة اجتماعية ما؛ لأنه يتوقع أن يرى فيها بعض الأشخاص الذين تسبب له رؤيتهم ضيقا أو حرجا أو إحباطا أو توترا. لذا، يقررعدم الذهاب إلى تلك المناسبة؛ فعدم الذهاب إليها أو المشاركة فيها يجنبه حدوث هذه المشاعر السلبية. وهذا أمر مقبول ومريح له. وبمعنى آخر إذا لم يذهب الفرد إلى تلك المناسبة ولم يترتب أي مسؤولية عن عدم ذهابه، فإن أسلوب التجنب هنا قد قام بدوره وأدى وظيفته. أي إنه جنّب الفرد المشاعر السلبية التي كان من المتوقع أن تحدث معه.

صحيح أن أسلوب إدارة المشاعر السلبية عن طريق تجنب المواقف التي تسبب لنا هذه المشاعر قد يكون أسلوبا ناجحا وموفّقا ومفيدا في بعض الحالات، ويحل العديد من مشكلاتنا اليومية، غير أنه قد لا يصلح أن يكون أستراتيجيةً عامة نتبعها دائما في إدارة المشاعر في جميع الأحوال والمواقف. فهناك بعض المآخذ عليه، أهمها[13]:

أ- أسلوب يقوم على الهروب من الموقف المسبب للمشاعر السلبية للفرد.

ب-أسلوب يضيق الفرص أمام الفرد في الانخراط والمساهمة في النشاطات العديدة والمجالات الكثيرة التي يتوجب عليه أن يشارك أو يسهم فيها. فلو أن كل فرد منا

هرب من كل موقف من المواقف التي يمر بها في حياته اليومية خشية أن يسبب له ذلك الموقف مشاعر سلبية لضاقت الدنيا علينا بما رحبت:

- تخيل مثلا أن طالبا يخشى أن يخفق في امتحان الثانوية العامة فلا يتقدم للامتحان؟

- تخيل أن شابا أو شابة يخاف أو تخاف من مشكلات الزواج فيعزف أو تعزف عنه؟

- تخيل أيضا أن شابا يخاف من حوادث السير فيعزف عن تعلم السياقة.

ألا ترى أن هذا الأسلوب في مثل هذه المواقف سيقلص علينا مجالات المشاركة والاستمتاع بالحياة؟. كيف يمكننا، إذا، منع المشاعر السلبية من الحدوث؟.لا بد من اللجوء إلى الأسلوب أو الطريقة الثالثة الآتية.

3- تغيير منطق التفكير بالحدث

يقوم هذا الأسلوب على تغيير منطق التفكير بالحدث المسبب لهذه المشاعر، وتغيير رؤيتنا وإدراكنا له. إن الأسلوب السابق (التجنب) يصعب اتباعه في كل المواقف بشكل دائم في التعامل مع المشاعر السلبية؛ لأنه غير بناء وفاعل في إدارة المشاعر كما أشرنا قبل قليل؛ إذ لا بد من أسلوب آخر يكون أكثر فاعلية نلجأ إليه بشكل دائم حين تعترينا مشاعر سلبية تسببها لنا بعض المواقف الاجتماعية في حياتنا اليومية، وفي هذا الصدد هناك أكثر من طريقة إيجابية وبناءة Constructive and (Positive) تحول دون حدوث المشاعر السلبية عندنا. وتستند هذه الطرق جميعها إلى تغيير منطق التفكير بالأشياء، وتغيير إدراكنا لها، وتصورنا عنها. إن هذا الأسلوب يساعدنا على إدارة مشاعرنا السلبية بشكل أسلم وأنجع على المدى البعيد أكثر من اتباع الأسلوبين السابقين.

وفي الحقيقة، فإن تغيير نمط تفكيرنا وإدراكنا للأشياء يعطينا قدرة كبيرة على رؤية الأمور من منظور جديد ومختلف عن المنظور الذي اعتدنا أن نرى الأشياء

والأمور من خلاله مما يجعلنا نعيد النظر في هذه الأمور وفي تقييمنا لها. وعليه، فلم تعد هذه المنغصات تشعرنا بالضيق أو الزعل أو التوتر، بل ستتحول مع مرور الزمن، كما يقول (جاغديش)، إلى فرص لنجاحنا ورقينا وتقدمنا في أعمالنا وحياتنا بشكل عام.

إن هذا الأسلوب وإن بدا للوهلة الأولى سهلا غير أنه ليس كذلك؛ إذ يتفاوت الأفراد في قدراتهم على عملية تغيير منطق تفكيرهم ورؤيتهم وإدراكهم للأشياء. فالأذكياء عاطفيا هم أكثر قدرة من غيرهم في الاستفادة من هذا الأسلوب والعمل في ضوء مسلماته. ومع ذلك يمكننا جميعا أن نتبعه ونتدرب عليه حتى يغدو بالنسبة لنا أسلوب حياة (Style of Life) نعتمده عند مواجهتنا لمسببات الإزعاجات والمضايقات والتوتر. وبالتدريب عليه مع مرور الزمن سنصبح نتمتع بقدرة عالية في التحكم بتصوراتنا وإدراكاتنا التي ستحول دون طغيان المنغصات علينا. فقد أكدت نتائج العديد من الدراسات بأن الأشخاص الذين يتمتعون بمرونة في تغيير نمط إدراكاتهم وتصوراتهم ورؤاهم لمسببات المنغصات هم أشخاص أنجح من غيرهم في التقليل من وقع هذه المنغصات عليهم في حالة حصولها. وفي الحقيقة فإن تغيير نمط إدراكنا وتفكيرنا ومنطقنا في تحليل الأشياء وتفسير دلالاتها يؤهلنا إلى التعامل مع المشاعر السلبية بشيء من الارتياح، وبقدر قليل من التأثيرات السلبية لهذه المشاعر على أجسادنا. وسنرى كيف يكون هذا الأسلوب مجديا ومفيدا، وعلى قدر كبير من الأهمية، من خلال تطبيقه على جانب مهم من جوانب شخصياتنا، ألا وهو الإعتقاد (Belief).

إدارة الاعتقادات

ترتبط اعتقادات الفرد ارتباطا وثيقا بمشاعره وسلوكاته كما يؤكد علماء النفس الاجتماعي؛ لذا فإن أي تغيير في المشاعر والسلوك يجب أن ينطلق من الاعتقادات التي يحملها الفرد عن نفسه وعن الآخرين، وكذلك عن الأشياء والموضوعات. والأمر المريح والمطمئن في هذا المجال أن قدرة الإنسان على تغيير اعتقاداته أو تعديلها عملية

ممكنة، لأن تشكيل الاعتقادات وتكوينها هي عملية متعلمة في الأصل. فمثلما تعلمنا اعتقاداتنا واكتسبناها فإننا نتعلم أيضا أن نغيرها أو نعدلها؛ فإذا ما تغيرت أو تعدلت فستتغير أو تتعدل مشاعرنا وسلوكاتنا تبعا لذلك.

وفي الحقيقة فإننا كأفراد، بصرف النظر عن مستوياتنا العقلية والمعرفية، نحمل العديد من الاعتقادات عن الناس، وعن الأشياء، وعن الجماعات والموضوعات. والأمر اللافت للنظر هنا أن الكثير من هذه الاعتقادات هي اعتقادات غير واقعية وغير عقلانية. ومع ذلك تترك هذه الاعتقادات تأثيراتها الواضحة على سلوكاتنا. لذا، يركز علماء النفس الاجتماعي على ضرورة التعامل معها إذا ما أردنا أن نخفف من مشاعرنا السلبية التي تسببها هذه الاعتقادات.

وفي هذه الحالة هناك نوعان من الاعتقادات التي ينبغي العمل على تغييرها، كما يرى (جاغديش)، وهما[14]:

أولا: الاعتقادات غير العقلانية (Irrational) أو غير الواقعية (Unrealistic) التي يحملها الفرد عن كثير من الأشياء أو الموضوعات أو الناس. وهذه الاعتقادت يجب العمل على تغييرها إلى اعتقادات تتسم بالعقلانية (Rational) أو الواقعية (Rational).

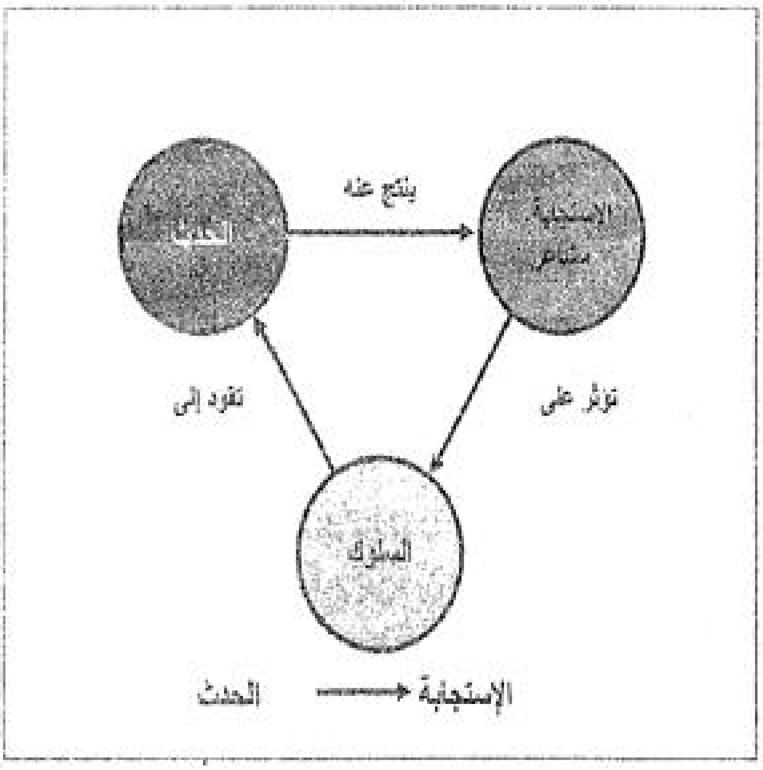
ثانيا: الاعتقادات العقلانية. ففي كثير من الحالات تخلق لنا هذه الإعتقادات العديد من المشاعر السلبية، لذا يجب تحويلها أو تغييرها إلى اعتقادات عملية (Practical) أو واقعية- براغماتية (Pragmatic).

تغيير الاعتقادات غير العقلانية إلى اعتقادات عقلانية

إن الكثير من مشاعرنا السلبية تسببها لنا بعض اعتقاداتنا غير العقلانية. لذا لا بد من العمل على تغيير هذه الاعتقادات إذا ما أردنا أن نجنب المشاعر السلبية. وتعدّ عملية تغيير اعتقاداتنا غير العقلانية التي تسبب لنا مشاعر تنغص علينا حياتنا وتكدر صفاء عيشنا عملية ممكنة، بل وضرورية في إدارة عواطفنا على المستوى الوقائي.

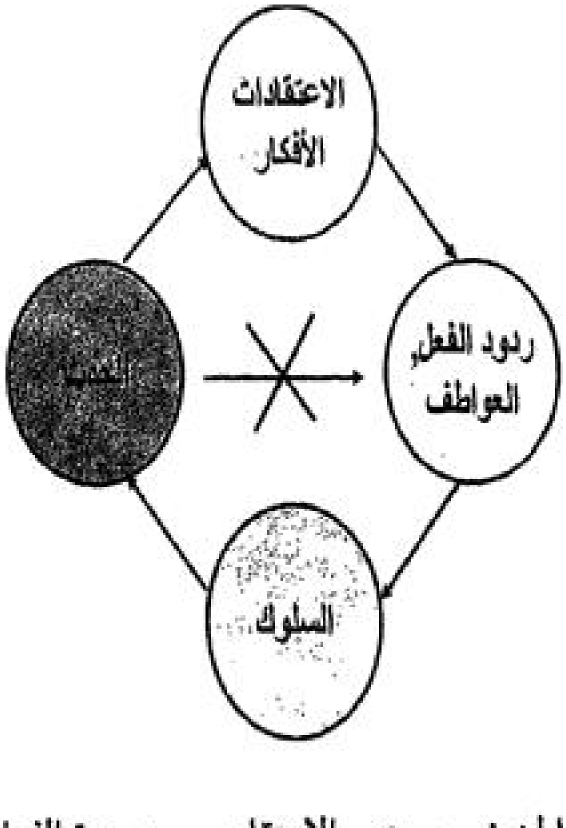
وحتى تتضح لنا كيف تتم عملية التغيير دعنا نتأمل مليا بالمثال الآتـي: كيـف سـيكون شعورك إذا ما تناهى إلى مسامعك بأن أحدا من الناس كان قد ذكرك بالسوء وقـال بحقك كلاما غير لائق مع أنك لا تعرف هذا الشخص الـذي قـال عنـك ذلـك؟ مـن المتوقع، في هذه الحالـة، أن تتولـد لـديك مشـاعر كـثيرة غـير مريحـة مثـل الانقبـاض أوالغضب أو القلق، أو الزعل، أو الحزن، أو الهيجان إلخ).

ما الذي سبب هذه المشاعرالسلبية أو ردة الفعـل بهـذه الطريقـة عنـد الفـرد ؟ يعتقد الكثير من الناس بأن هذه المشاعر أو ردة الفعل سببها الحدث أو الموقف (كـلام الآخرين غير اللائق عن الفرد). وهذا اعتقاد غير عقلانـي، أي اعتقـاد غـير صـحيح. (انظر الشكل التوضيحي 2).



إن الذي أدى إلى ردة الفعل عند الفرد، في الحقيقة، واستجابته الغاضبة لـيس الحدث أو الكلام الذي سمعه، لأنه لا يوجد اتصال مباشر أو خبرة معاشة بين الفـرد

وبين الحدث نفسه. إن الذي سبب المشاعر السلبية هو عامل آخر، يطلق عليه علماء النفس الاجتماعي ُالعامل الوسيطُ (Intervening variable)، أي المتغير الذي يتوسط بين الفرد وبين الحدث. وفي هذه الحالة فإن الذي سبب تلك المشاعر السلبية هو اعتقادات الفرد بما حدث: أي طريقة إدراكه للحدث وتفسيره له، وحكمه عليه، والدلالات التي يحملها هذا الحدث. فهذه الاعتقادات والإدراكات والتصورات هي التي أثارت في الفرد تلك المشاعر، وليس الحدث نفسه. (انظر الرسم التوضيحي3).



الحدث ⟵ الاعتقاد ⟵ ردة الفعل

وهكذا، إذاً، فإن اعتقاداتنا غير العقلانية هي التي بحاجة إلى التغيير إذا ما أردنا أن نمنع حدوث المشاعر السلبية أو نخفف من وطأتها علينا. فإذا ما تغيرت اعتقاداتنا وتصوراتنا للحدث الذي سبب لنا المشاعر السلبية فإن هذه المشاعر ستتغير مع العلم بأن الحدث نفسه بقي على حاله ولم يتغير.

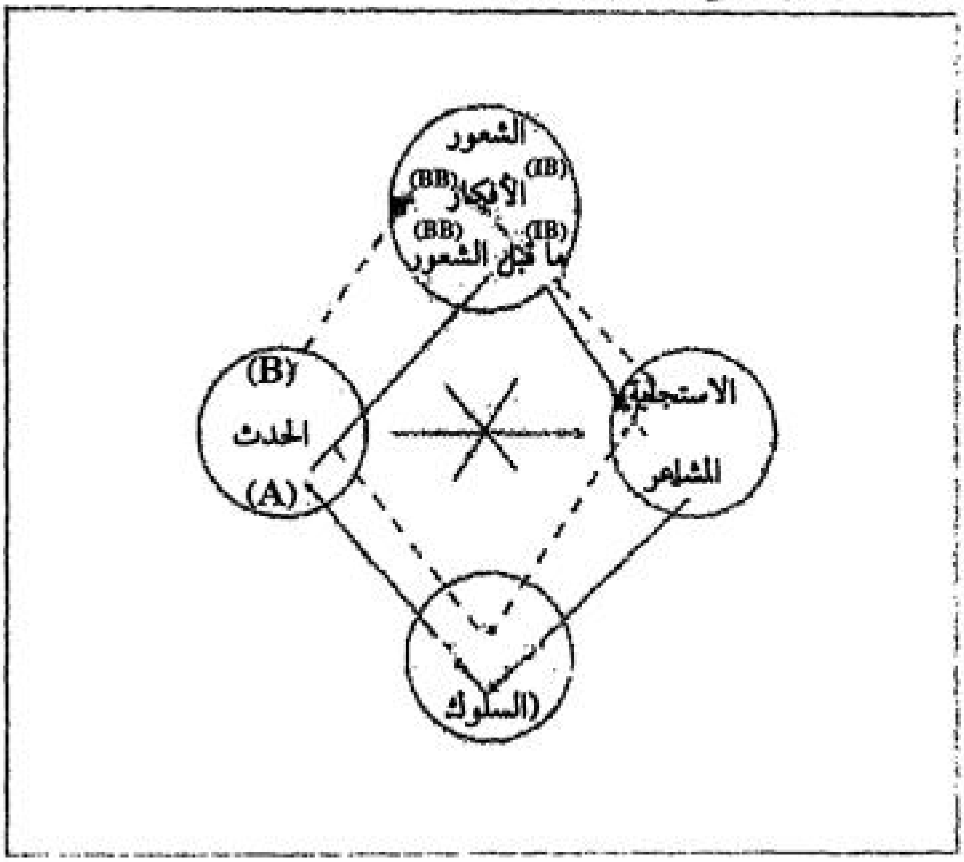
ما المطلوب عمله هنا في هذه الحالة؟ المطلوب هو أن نعي اعتقاداتنا غير العقلانية أو غير الواقعية ثم نعمل على استبدالها وتغييرها إلى اعتقادات من نوع آخر تكون أكثر عقلانية وأكثر واقعية. عندها ستكون ردود أفعالنا إزاء المنغصات التي تولد لدينا مشاعر الضيق والتوتر والغضب والزعل والحزن، أوغيرها، أقل سلبية وأقل تأثيرا علينا. وليس هذا فحسب، بل إننا في بعض الحالات قد نتصرف إزاءها بطريقة من اللامبالاة وعدم الاكتراث. وفي حالات أخرى قد نتصرف بطريقة ايجابية. دعنا نوضح لك الأمر بتفصيل أكثر.

لو افترضنا أن المثال السابق قد حدث معك وشعرت بالمشاعر السلبية السابقة، فما الذي سبب لك مشاعر الانقباض والزعل والغضب (أحدهم ذكرك بالسوء وقال شيئا غير لائق بحقك). لماذا حقا شعرت بهذه المشاعر؟ إن السبب، في الحقيقة، يعود إلى اعتقادك أوتصورك أو إدراكك أو تفسيرك لما يحمله هذا الحدث من دلالات بالنسبة إليك. فقد تدّعي أو تزعم بأنه ليس من حق أحد أن يذكرك بالسوء، أو ما من أحد يحق له أن يغتابك أو ينبغي على الجميع احترامك ومحبتك لأنك لم تخطئ بحق أحد، وإلى غير ذلك من مثل هذه الاعتقادات غير العقلانية التي تعتقدها أو تفترضها عن نفسك وعن الآخرين.

عُدْ إلى الواقع، أي كن عقلانيا وواقعيا: هل هذه الاعتقادات عقلانية؟ بالتأكيد أنها ليست كذلك. ألم تقم أنت بسلوكات مماثلة لتلك التي سمعتها بحقك؟ ألم تستغب الناس يوما ما وتقول عنهم كلاما غير لائق بحقهم؟ ثم هل من العقل والواقعية أن تطلب من الناس كلهم أن يحبوك أو يحترموك؟ ألا يوجد أحد لا يحبك؟. إنه من الطبيعي أو المنطقي أو العقلي أن تجد بعض الناس تتحدث عنك بالسوء، وإنه لأمر واقعي وربما طبيعي أن تجد بعض الناس لا يحبونك ولا يحترمونك، لأنك أنت بدورك لا تحب أو تحترم كل الناس. فهناك أناس تتحدث أنت عنهم بسوء، وتقول بحقهم كلاما غير لائق. فلو استبدلت الاعتقادات غير الواقعية وغير العقلانية بأخرى أكثر عقلانية وواقعية لتغيرت مشاعرك السلبية أو أصبحت أقل شدة مما هي عليه.

انظر كيف سيعمل تغيير الاعتقادات غير العقلانية السابقة واستبدالها باعتقادات عقلانية وواقعية إلى تغيير في المشاعر من خلال الحوار الآتي الذي سيدور في داخلك حين سماعك بأن أحدهم ذكرك بالسوء: من المتوقع أن يذكرني هذا الشخص بكلام غير لائق. فهذا أمر طبيعي ومتوقع منه، أو من غيره ممن لا يعرفني- حالة الشخص الغريب الذي ذكره بالسوء- فما الغريب في الأمر؟.

وهكذا، تعمل عملية إحلال الاعتقادات الواقعية والعملية محل الاعتقادات غير الواقعية أو غير العملية على تغيير مشاعرنا السلبية، مع العلم أن مسبب هذه المشاعر هو نفسه لم يتغير وهو سماعنا أحد الناس يتحدث عنا بسوء. (انظر الشكل التوضيحي 4)؛ حيث يوضح لنا هذا الشكل تأثير الاعتقادات غير العقلانية وتأثير الاعتقادات العقلانية على مشاعرنا وسلوكنا.



ففي حالة اعتقادنا غير العقلاني بأنه ما "من حق أحد أن يذكرني بسوء" أو "يجب على الجميع احترامي ومحبتي" فإننا سنخبر أو نتعرض لمشاعرسلبية جراء هذا الاعتقاد

كما هو واضح في الوضع الذي يرمز إليه الحرف (A) المتماسك غير المتقطع من الشكل التوضيحي. وأما إذا ما قمنا بعملية تغيير اعتقاداتنا غير العقلانية بأخرى عقلانية فلن نخبر عندها مشاعر سلبية كما يوضح الحرف (B) المتقطع من الشكل نفسه؛ حيث سيكون الحوار المتوقع بين الفرد ونفسه في هذه الحالة كما يلي: "لا غرابة فيما أسمع. أليس من المتوقع أن يكون هناك أشخاص لا يحبونني؟ إنه من المتوقع منهم، إذا، أن يذكروني بالسوء"[15].

ودعنا نوضح لك الأمر أكثر بمثال آخر: إن ردود أفعالنا إزاء بعض الحيوانات أو الزواحف أو البشر أو الجماعات الاجتماعية إنما يحددها إلى حد كبير اعتقاداتنا نحوهم. فلو أخذنا الكلب مثالاً توضيحياً، فإننا سنجد بأن هناك من يحب الكلاب، وهناك من يكرهها، وهناك من يخاف منها، وهناك من لا يكترث بها أو يعيرها أي اهتمام. فإذا ذهب مجموعة من الأشخاص إلى زيارة أحد أصدقائهم ممن يقتني كلبا في منزله، فإن ردود أفعالهم نحو هذا الحيوان ستتباين حين يرونه في بيت صاحبهم. فالشخص الذي يحبه سيشعر بالفرح والارتياح حين يراه (مشاعر إيجابية)، لذا قد تدفعه هذه المشاعر إلى الاقتراب منه ومداعبته (سلوك). وأما الشخص الآخر الذي لا يحبه ويخاف منه فسيحس أو يشعر بمشاعر سلبية نحوه. فقد يبتعد عنه (سلوك)، أو يطلب من صاحبه بأن يدخله إلى غرفة بعيدة عنه. وقد نجد بعضهم لا يحبه لأنه يعتقد بأنه حيوان نجس يفسد الوضوء. وأما الذين لا يوجد لديهم أي مشاعر نحو هذا الحيوان فإنهم لن يقوموا بأي ردة فعل ولن يخبروا أية مشاعر سلبية جراء رؤيته.

لماذا تباينت ردود أفعال هؤلاء الأفراد ومشاعرهم مع العلم أن مسبب هذه المشاعر المختلفة هو واحد ألا وهو الكلب!!!. في الحقيقة، إن الذي يقف وراء هذا التباين في المشاعر ليس (الكلب) بل هو نسق اعتقاداتنا (Belief System) عنه كحيوان. وتخيل الموقف نفسه يحصل مع هؤلاء الأشخاص مع الأفعى أو الفأر أو القط، أو حتى مع بعض البشر كالسود مثلا.

إن هذه الأنساق من الاعتقادات هي التي تحدد طبيعة أحكامنا على الأشياء والموضوعات وتحدد كذلك طريقة إدراكنا لها وتصورنا عنها، ورؤيتنا لها. فأنا ذهبنا وأنا حللنا وأنا توجهنا فإننا نحمل هذه الاعتقادات معنا لتعمل على موجهات وهاديات لسلوكاتنا.

وبالعودة إلى المثال السابق، أي حالة التباين في ردود الأفعال نحو الكلب. ما الذي عمل على اختلاف استجابات الأفراد نحو الموقف نفسه (أي الكلب). إنها، كما قلنا اعتقاداتنا. فالشخص الأول الذي اقترب منه وداعبه إنما فعل ذلك بسبب اعتقاده بأن هذا النوع من الحيوانات أليف وودود وأمين ومخلص. وأما الثاني الذي تجنبه أو خاف منه فإنما فعل ذلك بسبب اعتقاده بأن الكلب حيوان نجس يفسد الوضوء، وهو رجل يصلي، أو ربما لأنه يعتقد بأنه حيوان شرس ومؤذ ويعض. كل من يقترب منه. وأما الثالث فلا يكترث لهذا النوع من الحيوانات، أي أنه لا توجد لديه اعتقادات محددة نحوه، لذا لم يقم بأي سلوك نحوه.

وهكذا، إذا، فإن تغيير الاعتقادات غير العقلانية إلى أخرى عقلانية من شأنه أن يبعد عنا المشاعر السلبية على المستوى الوقائي. ومع ذلك ليس هذا النوع من الاعتقادات وحده المسؤول عن التسبب بالمشاعر غير السارة لنا؛ فهناك حالات أو مواقف عديدة تكون فيها اعتقاداتنا العقلانية هي التي تولد عندنا مشاعر مريحة. وهذه الاعتقادات هي الأخرى بحاجة إلى إدارة وتعامل خاص كسابقاتها من الاعتقادات.

تحويل الاعتقادات العقلانية إلى اعتقادات عملية أو واقعية

يقوم هذا الأسلوب في إدارة الاعتقادات على النظر إلى ان الكثير من مشاعرنا السلبية لا تنجم عن اعتقاداتنا غير العقلانية فحسب، بل اعتقاداتنا العقلانية أيضا. فعلى سبيل المثال قد أشعر بالإحباط أو خيبة الأمل نتيجة فشلي أو عدم قدرتي على تحقيق شيء ما أردت القيام به (كإخفاقي في امتحان، أو فشلي في مشروع تجاري). أو أشعر بالضيق والقلق بسبب وجود صديق لي في المستشفى ستجرى له عملية جراحية

في القلب بعد يومين. ألا تتسم هذه المشاعر في هاتين الحالتين بالعقلانية؟ أعني أليس من الطبيعي أن تنتاب الفرد مشاعر الحزن والضيق والقلق في هاتين الحالتين؟ نعم. إنه من الطبيعي أن تعترينا مثل هذه المشاعر والأحاسيس.

ولكن المشكلة هنا لا تكمن في مشاعرنا نفسها، بل في مبالغة بعضنا بها. فالمبالغة في ردود الفعل إزاء الحالتين السابقتين هي التي تحيل مشاعرنا العقلانية إلى أخرى غير عقلانية مما يستوجب التعامل معها. بمعنى آخر، من الطبيعي أن نشعر بالإحباط أو الزعل أو الخوف أو القلق نتيجة الموقفين السابقين، ولكن المبالغة أو الإفراط في هذه المشاعر يجعلها غير عقلانية، ولا تتناسب مع طبيعة الحالتين. لذا يقتضي الأمر التعامل مع هذه المشاعر وإدارتها بشكل يقلل من تأثيراتها على من يحس بها.

فعلى سبيل المثال قد يذهب بنا خوفنا في حالة فشلنا في عدم تحقيق ما أردنا القيام به كما في المثال الأول إلى تصوير الأمر على أنه "نهاية الحياة" أو "نهاية مشوارنا" أو أنه "نهاية حلمنا بالنجاح"، أو أنه....... إلخ من الإسراف في ردود الفعل). وأما في الحالة الثانية (حالة الصديق المريض) فقد نبالغ أيضا في تصوير الأمر، فتسيطر علينا هواجس عديدة تعمي بصيرتنا ورؤيتنا لواقع المرض.

ففي هاتين الحالتين تكون مشاعرنا قد حرفتنا عن الوضع الطبيعي- العقلاني، وأدخلتنا في وضع غير عقلاني، وفي هذه الحالة أصبحت بحاجة إلى إدارة وتعامل يعيدها إلى وضعها الطبيعي والمعقول: وضع يرى الفشل والمرض بأنهما أمران ملازمان للوجود الإنساني. أليس الفشل جزءا من حياتنا مثله مثل النجاح؟ أليس المرض في الحياة مثله مثل الصحة والعافية، ملازم لوجودنا؟ فماذا يعني أن نفشل؟ وماذا يعني أن يمرض أحدنا، أو نمرض نحن أنفسنا؟ وإذا ما فكرنا بهذا المنطق العملي، وإذا ما نظرنا أو اعتقدنا بأن الفشل والمرض أمران طبيعيان، فإن الشحنة المشاعرية الزائدة عن طاقتنا ستزول، أو تتناقص إلى حد كبير تقل معها أحاسيسنا بالمشاعر السلبية.

وهكذا يتطلب منا تغيير اعتقاداتنا العقلانية وتحويلها إلى اعتقادات عملية أن نعيد النظر في مسببات مبالغتنا في إدراكنا وتصورنا للأشياء، والنظر إليها نظرة أكثر عملية. وهذا يتطلب منا أن نعي أنفسنا وعيا دقيقا، ونقوم بعملية تحليل شامل لأسباب عدم نجاحنا في تحقيق ما أردنا تحقيقه، كما في الحالة الأولى، من أجل الوقوف على معرفة هذه الأسباب والعمل على تجنبها في المرات القادمة (عد إلى الفصل المتعلق بالوعي بالذات لترى أهميته في هذه الحالة). عندها سنكون عمليين، ونكون قد تصرفنا وفقا للمبدأ العملي المعروف: لا يوجد فشل في الحياة بل توجد فوائد يمكن استخلاصها منه (There is no failure in life ,but there is always feedback).

وكذلك الحال في المثال الثاني (مرض الصديق). علينا أن نعرف ما أسباب إجراء عملية له في القلب؟ هل بسبب التدخين؟ أم بسبب تناوله بعض الأطعمة التي فيها نسب عالية من الدهون؟ أم بسبب تناوله الكحول أو إلخ من الأسباب التي تفيدني معرفتها لأعمل على تجنبها.

أليس هذا النمط من التفكير، ورؤية الأشياء من هذا المنظور العملي- البراغماتي، وإدراكاتنا لها بهذه الطريقة أكثر نفعا لصحتنا الجسدية والنفسية من التفكير بالطريقة السابقة، الطريقة التي فيها مبالغة وإسراف في رؤيتنا للأشياء؟ إنه بكل تأكيد كذلك.

وهناك مشاعر سلبية تتولد لدينا ايضا بسبب نمط آخر من تفكيرنا العقلاني. فهناك حالات كثيرة يكون فيها الفرد غير قادر على التمييز بين حاجاته الأساسية (Necessities)، سواء كانت هذه الحاجات تتعلق بالبعد البيولوجي أو المادي أو الاجتماعي للفرد، وبين حاجاته غير الأساسية أو ما يسمى عادة بالحاجات الجمالية (Niceties)؛ حيث نجد هؤلاء الناس ممن لا يستطيعون التمييز بين هذين النوعين من الحاجات يصرون على تحقيق النوع الثاني من هذه الحاجات رغم أنه ليس بمقدورهم تحقيقها[16].

فعلى سبيل المثال قد يتطلع أحد الموظفين ممن هم في أدنى السلم الوظيفي في مؤسسة ما ليصبح مدير المؤسسة كلها، أو كأن تريد زوجة من زوجها أن يشتري لها سيارة فارهة وحديثة وراتبه متدن جداً، أو تطلب منه أن تسكن في حي من الأحياء الغنية والثرية للغاية ودخله لا يسمح بذلك، أو أن تسافر مع الأولاد سنويا إلى مكان بعيد لقضاء العطلة، أو أن تفكر فتاة بأن يصبح جسمها رشيقا مثل بعض نجوم السينما وهي تعلم أن ذلك غير ممكن لأسباب فسيولوجية، إلى غير ذلك من أنماط التفكير التي قد تسيطر على بعضنا.

ومع أننا لسنا بصدد مناقشة مشروعية هذه التصورات والإدراكات، ولكننا معنيّون بالمنطق الذي يقف وراءها، وبالمشاعر السلبية التي تنجم عنها. وإنه لغني عن القول هنا بأنه ما من أحد يمانع من رفع مستويات معيشته وطموحه وتطلعاته. فهذا أمر مشروع، ومحبذ. ومع ذلك فهذا النمط من التفكير يتسم بأنه تفكير غير عملي.

فكما وجدنا في الحالتين السابقتين اللتين تعرضنا لهما للتو (حالة الشخص الذي عجز عن تحقيق ما أراد، وحالة الصديق المريض) مبالغة في شعورهما نجد الشيء نفسه هنا. فمثل هذا النمط من التفكير، وإن بدا للوهلة الأولى عقلانيا ومشروعا ومبررا بسبب نجاح بعض الحالات منها، غير أنه في مجمله ليس كذلك. فهو يفوق طاقات أصحابه وإمكانياتهم وقدراتهم المادية والجسدية والاجتماعية.

وحتى يغدو هذا التفكير تفكيرا عمليا يتوجب على أصحابه (أي الحالات التي ذكرناها أعلاه) إذا ما أرادوا أن يتخلصوا من المشاعر السلبية التي سيشعرون بها نتيجة تفكيرهم بهذه الطريقة أن يميزوا بين الضروري وغير الضروري وأن يتعاملوا بتناغم مع أجسادهم، كما في حالة الفتاة التي تريد أن تبدو رشيقة رغم عدم انسجام ذلك مع بيولوجيا جسدها، وأن يستثمروا طاقاتهم ليصلوا بها إلى أعلى ما تؤهلهم به. فهذا الأسلوب أفضل لهم لأن بمقدورهم فعله. كما أنه أفضل لهم لأنه يجنبهم الكثير من المشاعر السلبية التي يسببها لهم ذاك النمط من التفكير.

إن قدرتنا على تنمية ذكائنا العاطفي وتطويره وصقله أعلى بكثير من قدرتنا على تنمية الأنواع الأخرى من ذكائنا، وبخاصة عمرنا العقلي. لذا، يجب أن نسعى بشكل حثيث على الاهتمام بعمرنا العاطفي الذي غدا أحد أهم الأعمار المهمة في حياة الإنسان المعاصر، وذلك بالعمل على الاهتمام بعواطفنا ومشاعرنا، والعمل على تنميتها وصقلها. وبذا، نضيف عمرا جديدا إلى عمرنا العاطفي.

وفي الحقيقة، فإن للإنسان أكثر من عمر، كما يؤكد الباحث في مجال النضج العاطفي (جيروم ميوري Jerome Murray)؛ حيث لا يشكل العمر الزمني سوى عمر واحد من أعمار الإنسان. وهذه الأعمار هي[17]:

- العمر الزمني (Chronological Age): ويقاس هذا العمر بعدد السنوات التي يعيشها الفرد.
- العمر الفسيولوجي (Physiological Age): : ويشير إلى درجة النضج التي طورها جسم الفرد للتوافق مع عمره الزمني.
- العمر العقلي (Intellectual Age): ويشير إلى الذكاء العقلي عند الفرد ومدى توافقه مع عمره الزمني.
- العمر الاجتماعي (Emotional Age): ويقصد به مدى نضج الفرد اجتماعيا في علاقاته مع الآخرين بالمقارنة مع عمره الزمني.
- العمر العاطفي (Emotional Age): ويقصد به مدى نضج الفرد عاطفيا مقارنة بعمره الزمني.

ورغم أهمية كل عمر من هذه الأعمار غير إن عمر الفرد العاطفي يبقى أهم هذه الأعمار، كما يؤكد (ميوري)، لأن العاطفة بمثابة غيث لقلوب البشر، تبقيهم في حالة يانعة دوما.

وقد قام ميوري بعمل متميز في مجال النضج العاطفي ؛ حيث قدم لنا طرقا عديدة لقياس النضج العاطفي عند الفرد، وحدد لنا خصائص الأشخاص الذين يتميزون بهذا النوع من النضج، وخصائص الأشخاص الذين يفتقرون إليه. كما بين لنا الاستراتيجيات التي من شأنها أن تزيد من نضجنا العاطفي، وتنميه وتصقله من أجل أن نستمتع بالحياة بطريقة أفض[18].

اعراض عدم النضج العاطفي

1- تقلب العواطف (Volatile Emotions)

وتأخذ هذه التقلبات العاطفية مظاهر عديدة، مثل: انفجار الفرد بسلوكات غير متوقعة، ونوبات الغضب، وتدني مستوى التسامح، اولإحباط، والحساسية المفرطة، وعدم القدرة على توجيه النقد، والغيرة غير المعقولة، والمزاج المتقلب.

2- الإفراط في الاعتماد على الآخرين(Over- Dependence) :

يشير مفهوم الاعتماد المفرط إلى إعتماد الفرد المبالغ فيه على الآخرين، كالاعتماد على شخص ما، أو أكثر من شخص، عندما يكون من الأفضل الاعتماد على الذات، ويكون هذا الاعتماد كبيرا، ويدوم لفترة طويلة أيضا.

3- التمركز الذاتي (Egocentricity) :

تعد الأنانية أحد أبرز مظاهر التمركز الذاتي. ويرتبط التمركز الذاتي بتدني احترام الذات (Low self-esteem). ويتصف الأفراد المتمركزون حول أنفسهم بأن لديهم اعتبارا متدنيا للآخرين، وإنهم مشغولون بمشاعرهم الخاصة، ويسعون إلى جذب اهتمام الآخرين المستمر بهم، ويصرون على ضرورة تحقيق الآخرين لمطالبهم ورغباتهم. إنهم لا يرون أنفسهم بواقعية، ولا يتحملون المسؤولية عن أخطائهم الخاصة، وغير قادرين على التعامل مع مشاعر الآخرين. إنهم أفراد غرقون في أنانيتهم.

خصائص النضج العاطفي

1- القدرة على منح الحب للآخرين وتلقيه منهم:

يعبر الشخص الناضج عاطفيا عن حبه ومشاعره وعواطفه للآخرين، ويقبل في الوقت نفسهم تعبراتهم عن حبهم ومشاعرهم وعواطفهم نحوه. ولكن الشخص غير الناضج عاطفيا، فلا يعير مشاعر الآخرين أي اعتبار. وفي الحقيقة، فإن النضج العاطفي يعزز شعور الفرد بالأمان، مما يقوي من مناعته النفسية إزاء المشكلات التي قد تعترضه.

2- القدرة على مواجهة الواقع والتعامل معه:

يتجنب الأشخاص غير الناضجين عاطفيا مواجهة الواقع، وبخاصة ما يتعلق بالمشكلات التي تسبب فيها للآخرين. ويتحاشى في الوقت نفسه المواقف والصعوبات التي تتطلب منه نزاهة وصدقا في التعامل معها. وأما الناضجون عاطفيا، فهم أشخاص يواجهون الواقع بكل جرأة، لأنهم يدركون جيدا أن افضل طريقة للتعامل مع الواقع هي مواجهته، وعدم الهروب منه. والناضجون عاطفيا يواجهون مشكلاتهم، ويتحملون مسؤوليتها. وأما غير الناضجين عاطفيا فتجنبون مشكلاتهم، ويحملون مسؤوليتها للآخرين.

3- القدرة على التعامل بايجابية مع تجارب الحياة:

يتعلم الأشخاص الذين يتسمون بالنضج العاطفي من تجاربهم الشخصية الناجحة والفاشلة. فعندما تكون هذه التجارب إيجابية فإنهم يستمتعون بها، وعندما تكون سلبية فإنهم يتعلمون منها. وأما غير الناضجين عاطفيا فإنهم لا يتعلمون من تجارب الحياة، ولا يستفيدون منها. إنهم أشخاص لا يتحملون مسؤولية أعمالهم، بل يلقون بها على "حظهم" أو "نصيبهم" السيء.

4- القدرة على التعامل مع الإحباطات

عندما لا تسير الأمور كما كان متوقعا، فإن الأشخاص غير الناضجين عاطفيا ، سيشعرون بالإحباط والأسى، والغضب، وسيلومون حظهم بالحياة. وقد تدفعهم هذه الإحباطات إلى القيام ببعض الأفعال أو السلوكات غير المتزنة. وأما الناضجون عاطفيا فيتعاملون مع الإحباطات بطريقة مختلفة تماما، فهم يتقبلونها من أجل التصدي لها.

6- القدرة على التعامل مع المواقف العدائية بطريقة بناءة

عندما يواجه الفرد غير الناضج عاطفيا موقفا عدائيا (Hostility)فإن أول ما يقوم به هو البحث عن شخص لإلقاء اللوم عليه، وتحميله سبب هذا العداء. في حين أن الشخص الناضج عاطفيا فيبحث عن حل أومخرج لهذا الموقف: الناضجون عاطفيا يواجهون المشكلة، وأما غير الناضجين فيهاجمون الأشخاص.

8- التحرر النسبي من أعراض التوتر والضغط

يشعر الأشخاص غير الناضجين بأنهم غير محبوبين، وتغلب عليهم نظرة التشاؤم للواقع، يغضبون بسهولة لأتفه الأسباب، وهم في حالة توتر مستمر. وأما الناضجون، فهم متحررون إلى حد كبير من ضغوطات الحياة لأن لديهم أسلوبا فاعلا في مواجهتها.

كيف ننمي ذكاءنا ونضجنا العاطفي

يقترح جيروم ميوري الطرق الآتية[19]:

1- إعمل على فهم الذات:

عُدْ إلى الفصل المعني بالوعي بالذات، أي إلى نافذة (جوهاري) لترى كيف أن عملية الوعي بالذات هي عملية ضرورية لنجاحنا في التواصل مع الآخرين. وإذا ما عدت إلى ذلك الفصل فستجد أننا نصحناك حينها بأن تعي ذاتك. لذلك اسأل الناس المخلصين الصادقين من حولك أن يحدثوك عن نفسك بصراحة، وتقبل رؤيتهم لك

حتى لو لم ترق لك تلك الرؤية. ثم بعد ذلك تدرب جيداً وطويلاً على قراءة ما يدور بداخلك من أفكار وما يحتمل في نفسك من مشاعروأحاسيس حتى تزيد عملية استبصارك بذاتك ووعيك بها.

2- إقبل ذاتك:

إن تقبل الذات لا يعني موافقتها على ما هي عليه دائماً وإنما هي مرحلة مهمة يبدأ منها التغيير للأفضل.

3- تجنب السيطرة على الآخرين:

فبدلاً من السيطرة والتحكم في الآخرين حاول أن تتعاون معهم، وعندما يكون هناك صراع أو خلاف بينك وبينهم حاول أن تصل إلى حل يرضيكما، أي تجنب المواقف التي تكون أنت الرابح الوحيد دائما فيها، كما بينا لك في الفصل السابق.

4- كن مستعداً لتغيير علاقاتك الاجتماعية غير الفاعلة:

تجنب الناس والمواقف التي تخرج أسوأ ما فيك، واحرص على أن لا تتعامل مع الناس أو المواقف التي تخرج أحسن ما فيك.

5- ابحث عن معنى للحياة بتجاوز حدود الذات:

إن عملية البحث عن معنى بتجاوز حدود اهتمامك الذاتي من شأنه أن يعطيك منظوراً شاملا ورؤية واسعة للحياة. وإذا كان لديك هذا المعنى الكبير الممتد للحياة فإنك ستتمتع براحة بال دائمة وستكون أهدافك عظيمة ومحفزة لقدراتك لكي تنمو بشكل مضطرد. إن علامة نجاحك في الوصول إلى هذا المعنى هي شعورك الثري والممتلئ بالحياة، ليس حياتك فقط بل حياة الآخرين أيضا.

6- تفهم مسببات مشاعرك لتتعامل معها وتديرها بالشكل المطلوب

7- نَمِ حدسك (مشاعرك الجوانية):

يساعدك حدسك بعدِّه مصدرا من مصادر المعرفة في اتخاذ القرار في حالات

كثيرة حين لا تتوافر معلومات كافية عن القضية التي أنت بصدد اتخاذ قرار بشأنها. فتنمية الحدس وتطويره بشكل مستمر من شأنه مساعدتك في حسم الأمور.

8- فكّر بطريقة إيجابية دائما:

إن التفكير بشكل إيجابي سيبعد الكآبة والضيق والتوترعنك، وهذا أمر ممكن عن طريق ما يسمى التفاؤل المتعلم. لذا، ابتعد قدر المستطاع عن التفكير السلبي لأنه يشلّ تفكيرك ويعطل قدراراتك ويولد لديك مشاعرسلبية تضعك في حالة من الغليان العاطفي المتواصل.

9- تعلم إدارة المشاعر السلبية.

يواجه الإنسان يوميا مواقف عديدة تسبب له ضيقا وتوترا وشدا للأعصاب وإثارة للغضب. فإذا لم يتعلم الفرد أساليب إدارة هذه المشاعر السلبية في هذه المواقف فإنه سيواجه عواقب سيئة. إن إدارة هذه المشاعر أمر ممكن تعلمه وضبطه، وهناك العديد من الطرق التي يزودنا بها علماء النفس لمعالجة ذلك. وقد أوضحنا لك واحدة منه للتو.

وهكذا يتضح لنا من العرض السابق بأن الذكاء العاطفي عند الفرد هو الذي يؤهل صاحبه للنجاح في مجالات عديدة في حياته المهنية والعملية والزواجية

والاجتماعية والتربوية. إنه أهم أنواع الذكاء التي يحتاجها الإنسان المعاصر، ففيه احتضان لمشاعر الآخرين والإحساس بهم، وفيه ثراء للقلوب وغيث لها في زمن قلت فيه المشاعر والأحاسيس بالآخر إلى الحد الذي أصبح فيه التمركز على الذات سمة ملازمة للإنسان المعاصر.

مراجع الفصل

(1) سعادة خليل (2010) الذكاء العاطفي: بين النظرية التطبيق: دار ناشري للنشر.

(2) حسين أبو رياش، وآخرون(2006). الدافعية والذكاء العاطفي. عمان: دار الفكر. ط1

(3) علي عجين (2009) "الذكاء العاطفي الذاتي وتطبيقاته في السنة النبوية" مجلة المنارة، المجلد 15. العدد 2.

(4) ياسر العيتي (2005). ما فوق الذكاء العاطفي – حلاوة الإيمان. دمشق: دار الفكر.

وانظر كذلك:

- عبد العظيم المصدر (2008). الذكاء الانفعالي وعلاقته ببعض المتغيرات الانفعالية لدى طلبة الجامعة الإسلامية، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية) المجلد السادس عشر، العدد الأول: 587-632 يناير.

- محمود الخوالدة (2004). الذكاء العاطفي الذكاء الانفعالي. عمان: دار الشروق، ط1.

- سعادة خليل، مصدر سابق.

(5) Goleman ،D. (1995) Emotional Intelligence ،New York: Bantam Books.

(6)Hybels ,S and Weaver ,R. (2001). Communicating Effectively. Boston :Mc Graw-Hill

(7) Ickes, W. (2003) Everyday Mind Reading: Understanding What Other People Think and Feal. N.Y: Guilford press.

(8)Fisher,R and Scott Brown (1988). Getting Together: Building A Relationship That gets To Yes. Boston:Goughton Mifflin Company.

(9) Parikh ،J. (1991). Managing Your Self: Management By Detached Involvement. London: Blackwell.

(10)Turkington. T. A (1981). Stress Management for Busy People. McGraw-Hill

(11) باركيه (1991)، المرجع السابق.

(12) باركيه (1991)، المرجع السابق.

(13) باركيه (1991)، المرجع السابق.

(14) باركيه (1991)، المرجع السابق.

(15) باركيه (1991)، المرجع السابق.

(16) باركيه (1991)، المرجع السابق.

(17) باركيه (1991)، المرجع السابق.

(18)Murray J. (2004) Are You Growing Up, Or Just Getting Older.

htt://WWW. Sonic. Net/~ drmurray/maturity.htm

(19) ميري (2004)، المرجع السابق.

التواصل الاجتماعي

الأبعاد والمبادئ والمهارات

هذا الكتاب:

يتناول الكتاب عملية التواصل الاجتماعي من منظور نفسي وثقافي واجتماعي، بِعَدِّهِ «أوكسجين الحياة الاجتماعية»، ويركز بشكل أساسي على مهارات التحدث، والإنصات، والإقناع، والحسم، والتفاوض، باعتبار هذه المهارات ضروريةً وأساسيةً للنجاح في الحياة الاجتماعية بأبعادها المختلفة.

ويحلل الكتاب عملية وعي الفرد بذاته، باعتبارها عملية ارتدادٍ إلى «الفضاءات الجوانية»، من أجل معرفة جوانب القوّة والضعف فيها، والتعامل معها. كما يتناول عملية البوح والإفصاح عن مكنونات صدورنا وفوائد هذه العملية ومخاطرها. ويحلل بشيء من التفصيل الذكاء العاطفي، بِعَدِّه مهارة أساسية، وضرورية في تمتين علاقاتنا الاجتماعية في مجالات الحياة المختلفة، وبخاصة مهارات التعاطف مع الآخر، ومهارات إدارة التوتر والعواطف.

نبذة عن المؤلف:

حلمي ساري/بروفيسور في علم الاجتماع في الجامعة الأردنية، ورئيس قسم الاجتماع لسنوات عديدة، وعميد سابق لكلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط- الأردن. يحمل الدكتو علم اجتماع الاتصال والإعلام من بريطانيا وماجستير في علم النفس الاجتماعي للس الصراع من بريطانيا. له مؤلفات عديدة في علم الاجتماع، والإعلام وعلم النفس الا أهمها: صورة العرب في الصحافة البريطانية (1988)، والعلاقات الأسرية (1992 النفس الاجتماعي (1998)، وثقافة الإنترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي.

الأستاذ الدكتور حلمي ساري: مدرب في مهارات التواصل، وإدارة الصراع وفض النزاعات، والتفاوض، وإدارة الأزمات.

Bibliotheca Alexandrina
12113960

دار كنوز المعرفة العلمية
للنشر والتوزيع

الأردن - الأردن
وسط البلد - مجمع الفحيص
هاتف: 877 4655 6 962+
فاكس: 875 4655 6 962+
خلوي: 494 795525 962+
ص. ب: 712577
dar_konoz@yahoo.cpm
info@darkonoz.com

9789957743123